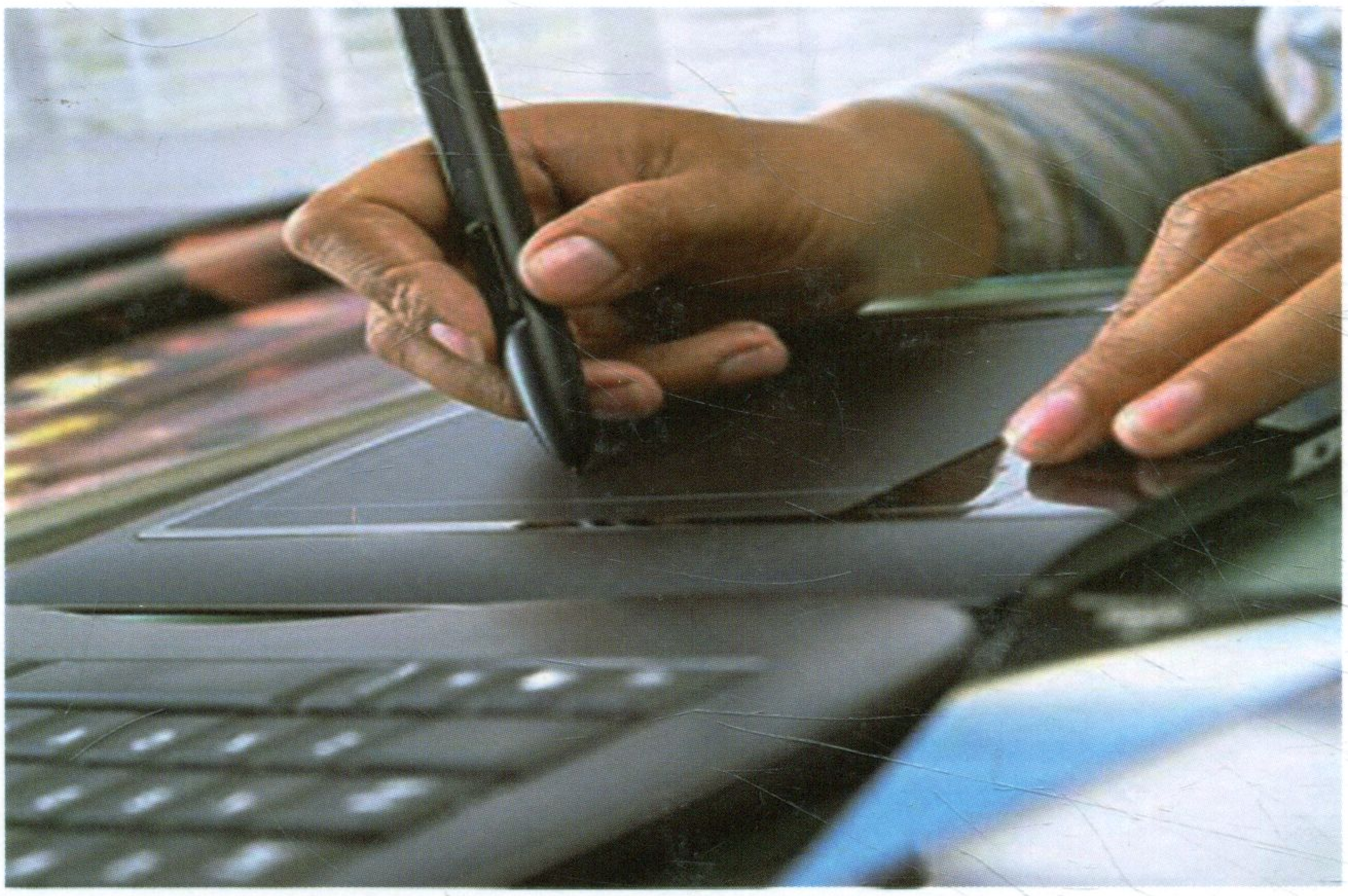
فن
الإخراج الصحفي



د. سمير أحمد خليل

فن

الإخراج الصحفي

تأليف

د. سمير أحمد خليل

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن – عمان

- هاتف : 5658252 – 009626/5658253
- فاكس : 009626/ 5658254
- العنوان : العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب : 141781

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن – عمان- العبدلي

تليفاكس : 009626/5664085

الطبعة الأولى

2015م

الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(2014 /6 /2977)

070.4 خليل، سمير احمد

فن الإخراج الصحفي/ سمير أحمد خليل.- عمان: دار أسامة للنيشر، 2014.

( ) ص .

ر.أ :(2014/6/2977).

الواصفات: /الصحافة//وسائل الاتصال//الطباعة/

ISPN: 978-9957-22-609-1

الفهرس

المحتويات ______________________________ **الصفحة**

الفصل الثالث

الفصل الرابع

مقدمة:

من الضروري لإنسان هذا العصر الذي يعيش التطورات المتسارعة في القطاع السمعي والبصري، وذلك بفعل الثورة الرقمية، وتطور تكنولوجيا الاتصالات في هذا العالم أن تطرح له الصحافة الموضوعات التي تتسم بالأهمية من جانبه بإنتاجية واضحة بحيث يتسم إخراجها بسمات تخدم المتلقي في نقل الرسالة له وتبيان مضامينها بوضوح وشفافية.

يحتاج النص الصحفي إلى جانب الكلمة الواضحة في معناها ومبناها، وإلى جانب الجملة والعبارة إلى مؤثرات أخرى تسهم في وضوح النص وزيادة مؤشرات الإفهام فيه ؛ ليخرج نصًا شفافيًا تفهمه طبقات الجمهور المختلفة في مستواها العلمي والاجتماعي والثقافي.

إذن فهناك ما يحتاجه النص الصحفي، الذي يُعنى بالإنسان، وبما حوله وما يدور في مجتمعه من قضايا إنسانية مفصلية – إلى هيئات متعددة تجعل من النص الصحفي نصًا متميزًا مرموقًا ولائقًا لإنسان هذا العصر المتعطش لمعرفة ما يدور حوله من قضايا وأحداث تقض مضجعه بكل تعقيداتها وتجلياتها، وتعدد ملامحها وأبعادها الكثيرة، التي لا يمكن امتلاكها والاستفادة منها، دون أن يسعفه النص الصحفي بمعطيات ومعلومات موضوعية تستند إلى بنية النص الصحفي وما يمتلكه من هيئات تسعفه في نقل الرسالة ومكاشفتها للجمهور المتلقي المتعطش لها.

وفيما يبدو أن تصميم الصحيفة وتوضيبها، يعد عملية فنية تشكيلية، تضفي على الصحيفة طابعًا جماليًا، وتؤدي بعدًا وظيفيًا، ويعد الإخراج الصحفي خطوة مهمة من خطوات إصدار الصحيفة، وتتأثر هذه الخطوة بما يسبقها من خطوات، وهي بحضورها تؤثر فيما يليها من خطوات إصدار الصحيفة، ويعد الإخراج الصحفي واحدًا من المكونات الرئيسة للفن الصحفي تسانده مكونات أخرى تتمثل في الإعلان والتحرير الصحفي، والتصوير الفوتوغرافي، والرسوم اليدوية.

وإذا أردنا أن ننظر في أيٍ من المكونات الرئيسية للفن الصحفي تطورًا، وتغيرًا بشكل عام، فإننا نجد أن الإخراج الصحفي من أكثرها تطورًا وتغيرًا، ويرجع السبب في ذلك إلى مجموعة من العوامل والمتغيرات التكنولوجية والاقتصادية والنفسية والاجتماعية، والفسيولوجية والجمالية، وفيما يبدو يأتي في مقدمتها التطور التكنولوجي الحديث، في أساليب الإنتاج الصحفي من جمع الحروف، وتجهيز للمادة المجموعة، ثم في عمليات الطباعة، وخاصة استخدام الجمع التصويري، والطباعة الملساء « الأوفست » والألوان، حتى وصلت الصحف الآن – خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا الغربية- إلى الاستخدام الكامل للحاسبات الإلكترونية في عملية إنتاج الصحيفة: في تلقي المادة الصحفية من مصادرها في الميدان، وتحريرها وتصويبها، ومراجعتها على الجمع التصويري « نهايات العرض الضوئي »، وجمعها وتصحيحها، ثم إخراجها على نهايات العرض الضوئي والشاشات التلفزيونية المرتبطة بآلات الجمع، تصميمًا وتوضيبًا، ثم مراجعتها، ومتابعة عمليات التصوير، وإعداد اللوحات، ثم الطباعة بواسطة الحاسبات الإلكترونية، فيما يسمى بالأتمتة الشاملة للعملية الصحفية « الآلية الشاملة ».

لقد صاحب ذلك التطور تطور آخر في مفهوم الإخراج ووظيفته. ولم يعد مجرد (شكل) فني فحسب، أو (وظيفة) وكفى، بل أصبحت عملية جمالية وظيفية، كما ظهرت الحاجة إلى مخرج صحفي جديد مؤهل مدرب فنيًا وصحفيًا وتكنولوجيًا.

واستنادًا لذلك التطور فقد صاحبه تراكم معرفي علمي في مجال الإخراج الصحفي، فقد ظهرت المئات من المؤلفات والندوات، والأدلة المهنية التي أعدتها شركات إنتاج آلات الجمع والطباعة، ومن هنا يمكن القول إن البحث العلمي والدراسات الأكاديمية قد واكب كل منهما الطفرة التكنولوجية والفنية في مجال إنتاج الصحف وإخراجها بصفة خاصة.

الفصل الأول

الإخراج الصحفي

تعريفه ومحدداته، وأسسه داخل عملية الإصدار

مدخل إلى الإخراج الصحفي:

يمثل الإخراج الصحفي إحدى خطوات إنتاج الصحيفة، وهي الخطوة ذات العلاقة بالشكل، التي تظهر به الصحيفة لقرائها، معبرة عن المضمون الذي تشتمل عليه ومتأثرة بمعطياته وذلك من حيث العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية المنشورة، ومن حيث توزيع هذه الوحدات على صفحات الصحيفة، وعلى هذا فالإخراج الصحفي عمل متكامل يبدأ دوره عند الانتهاء من تحرير المواد الصحفية المراد نشرها، وهو بذلك مفهوم أشمل مما ورد في عدد من الكتابات في هذا المجال، التي ترى أنه مقابل لمفهوم التيبوغرافيا Typography حيث تربط بعض الدراسات بين هذين المصطلحين، وتعاملهما على أنهما يشيران إلى شيء واحد، يتمثل في إعداد الوحدات الطباعية وتوزيعها على الصفحات، بخلاف ما تراه كتابات أخرى تؤكد أنهما شيئان مختلفان، حيث أن التيبوغرافيا هي علم وفن الهيئات المطبوعة، ويقصد بهما الوحدات الطباعية التي تتكون من العناصر الطباعية المختلفة، كالحروف بمختلف أشكالها وأنواعها واستخداماتها (حروف المتون وحروف العناوين وأنواعها) وبمختلف طرق إنتاجها (خطوط يدوية وخطوط آلية) إضافة إلى الصور الظلية والخطية وعناصر الفصل (الجداول، والفواصل، والإطارات).

أما الإخراج الصحفي فيعني توزيع هذه الوحدات الطباعية فوق حيز الصفحة تبعًا لأهداف يسعى لتحقيقها، كإبراز وحدات معينة مع العمال على عرض جميع الوحدات بما يهيئ للقراء الإطلاع عليها في يسر وسهولة وبالرغم من اتفاق بعض المهتمين مع الرأي الأخير القائل بالفصل بين المصطلحين، إلا أن بعضهم أيضًا يذهبوا للاعتقاد أن التيبوغرافيا ليست إلا جزء من عمليات الإخراج الصحفي يختص ببناء الوحدات الطباعية التي تستخدم في في عمليات الإخراج التالية، المتمثلة في إعداد الأشكال والتصاميم الأساس للصفحات.

تعريف الإخراج الصحفي:

هناك اتجاهان أساسيان لتعريف الإخراج الصحفي، الاتجاه الأول يتناول مفهومه من تيبوغرافيًا «العناصر التيبوغرافية على الصفحة مثل: حروف المتن والعناوين، والصور والرسوم، والجداول والفواصل، وغيرها ». أما الاتجاه القاني فيتناول تعريف الإخراج الصحفي بشكل أشمل بحيث تمثل التيبوغرافيا إحدى خطواته.

وفي حقيقة الأمر هناك أكثر من تعريف للإخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية ذات طابع مميز، ووظائف معينة، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة.

وإذا عدنا للاتجاهين الأساسيين الذي سبق ذكرهما قبل قليل في تعريف الإخراج الصحفي، فإننا نجد في كل اتجاه ما يأتي: -

الاتجاه الأول:

يرى عبد العزيز الصويعي أن الإخراج لغة، أنه من أخرج. . وإخراج الشيء هو إظهره للوجود، والاستخراج كالاستنباط، والإخراج الصحفي فيه استنباط، وإظهار أشكال، وعناصر مجتمعة إلى حيز الوجود، حيث يتم تنسيقها على رقعة ورق كانت في الأساس جرداء، وسمي الإخراج الصحفي بالإنجليزية « Layout» أو «Makeup » الأولى تعني في الأساس «ترتيب الصحون والأواني على مائدة الأكل» والثانية تعني «التجميل» ومنها جاءت بالفرنسية Maquillage للمعنى نفسه والمخرج الصحفيLayout Editor وعبارة Editor تعني في الأساس « محرر» ثم أضيف لها معنى « مصنف» أما الإخراج الصحفي بالفرنسية Mise en page أي «الوضع- من فعل وضع- على الورق »والمخرج الصحفي: Miseur en page أي « الواضع أو المنسق على الورق »

والإخراج الصحفي بذلك مثلما يرى الصويعي، هو الشكل والهيكل العام للصحيفة، وهو الثوب الخارجي الذي يحتاجه ذلك « الجسم » والإطار الفني الرائع، الذي يجب أن تقدم فيه الأعمال الفنية والصحفية والأدبية، ويرتكز عمل الإخراج الصحفي من الناحية العلمية على أهم القواعد وأولاها، وهي تحريك العناصر

الصحفية، التي تدخل ضمن علم التيبوغرافيا ؛ أي علم وفن الهيئات المطبوعة، ومشتقات هذه الكلمة اللاتينية تأتي من أصل كلمتين/ Type؛ أي حرف مطبعي Graph، أي رسم « تطلق عادة على الرسم البياني » وتعني متحدة « الرسم بالحرف المطبوع » أو « توزيع العناصر المطبوعة في شكل مرسوم ومنسق ».

ويرى الصاوي أيضًا أن الإخراج بمفهومه الواسع والشامل يعنى بتنويع الوحدات التيبوغرافية، التي تتعلق مهمتها بالشكل المادي من حيث المساحة، والترتيب والتنسيق فوق حيز الصفحة، واختيار هذه الوحدات وإبرازها وفقًا لخطة معينة، ومن ثم فالإخراج الصحفي يعد العامل الحاسم في تكوين شخصية الصحيفة، ورسم ملامحها العامة في أذهان القراء؛ لأن الشكل هو الذي يجذب أبصارهم قبل المحتوى.

فيما يرى إبراهيم إمام أن الإخراج الصحفي يعنى بعرض الأخبار على مساحات معينة، وتحت عنوانات مقررة، على عدد مناسب من الأعمدة، وبالتالي فهو تعبير بصري عن تقييم الأخبار ودلالتها من وجهة نظر الصحيفة.

ويرى علي النجادات أن الإخراج الصحفي هو الخطوة التي تبدأ بعد أن يقوم المخرج الصحفي بقراءة النصوص الإخبارية، وتقدير مساحتها، واختيار الحروف وأحجامها، والصور المصاحبة لهذه الموضوعات ومساحتها، وحيث يخرج المخرج بعد ذلك التفكير في طريقة عرض هذه النصوص ونشرها على الصفحة، من خلال نظام تخطيطي يتم بواسطة توزيع الوحدات التيبوغرافية فوق حيز الصفحة، بشكل علمي ومدروس، ويتم تنفيذه لاحقًا عند البدء بعملية التوضيب (المونتاج).

ويعرف Moen الإخراج الصحفي بأنه، نظام تخطيطي يمكن الشخص المشتغل بالإخراج من التأثير بشكل أو بآخر على عملية جمع المادة الصحفية واختيارها وتوزيعها فوق حيز الصفحة ، ومثلما يرى Arnold أن الإخراج الصحفي يعنى بترتيب العناصر التيبوغرافية فوق حيز الصفحة بطريقة فنية، وهو تعريف يقترب من التعريفات السابقة .

وفيما يبدو أنه قد اتضح من التعريفات السابقة أنها تركز على العناصر التيبوغرافية، وتصميمها على الصفحة، وفي ذلك يشير محمد الرفاعي إلى أن التصميم يشير إلى معنيين متعاقبين هما:

أولهما: وضع الهيكل الأساسي للصحيفة عند بدء صدورها، وهو ما يسمى بالتصميم الأساسي.

الثاني: تنسيق عناصر كل صفحة في كل عدد بشكل غير ثابت يتميز بالتنوع، وتعبير تصميم الصفحة يشير إلى ترتيب أو تنسيق مجموع الصفحات صفحة بصفحة من النصوص، والعناصر المرئية في أقصى ما يمكن من التقنية العملية، وإتاحة أسلوب إراحة العين، حيث تشترك النصوص مع العناصر المرئية لتعطي صفحة مخرجة Layout بهدف إيجاز البيانات.

الاتجاه الثاني:

يتفق كل من أشرف صالح و فهد العسكر أن الإخراج الصحفي، هو ظهور الصحيفة وخروجها من حيز المؤسسة المحدود إلى القراء بعالمهم المتسع، ويشير المصطلح بهذا المعنى إلى كل العمليات الفنية التي تساعد على ذلك الخروج، وبالتالي تشتمل على كل من التيبوغرافيا والتصميم وحتى الطباعة، وفي ذلك يؤكد فهد العسكر أن التيبوغرافيا هي علم وفن الهيئات المطبوعة، ويقصد بها الوحدات الطباعية، التي تتكون من العناصر الطباعية المختلفة، والتي تستخدم في عملية الإخراج التالية، والمتمثلة في إعداد الأشكال والتصاميم، التي تعد أساسًا للصفحات ، حتى تكون جاهزة بشكلها النهائي على الماكيت، الذي سيتم إرساله إلى المطبعة لطبع نسخ من صفحات الجريدة.

والإخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية ذات طابع مميز ووظيفة خاصة، ويتضمن بذلك جانبين أساسين متلازمين ومتعاقبين.

ويرى محمود علم الدين من خلال استعراضه لكثير من المفاهيم والمصطلحات، التي تضمنتها الكثير من الدراسات المتصلة بموضوع الإخراج

الصحفي، وبعض الأفكار المتصلة، وبعض التعريفات الاصطلاحية واللغوية أن تعريفه الإجرائي المفصل للإخراج الصحفي يكون على الصور الآتية:

الإخراج الصحفي Journalistic Make Up

1- هو خطوة من خطوات إصدار الصحيفة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني؛ أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون، والمؤثرة فيه، والمعبرة عنه.

2- ويتضمن مجموعة عمليات فنية تبدأ بعد الانتهاء من عملية التحرير الصحفي « من جمع للمادة الصحفية وتصحيحها ومراجعتها واستكمالها ثم صياغتها في القالب أو الشكل التحريري المناسب »، وكذلك بعد عمليات تحرير الإعلان وتجهيزه « من جلب للإعلانات المختلفة من المصادر المتعددة، وتحديد المساحات والأشكال الإعلانية التي ستظهر فيها، وتحريرها وتصميمها، أي تجهيز النصوص الإعلامية».

3- وهو أيضًا أحد الفنون التطبيقية الحديثة ذات الارتباط الوثيق بالتعبير الصحفي والاتصال الجماهيري، وتقييم الأخبار، وبيان أهميتها النسبية، فالإخراج الصحفي فن عملي بالدرجة الأولى، وليس فنًا جماليًا مجردًا كالتصوير والنحت والموسيقى.

وإن كان هذا القول لا ينفي بطبيعة الحال القيم الجمالية المنشودة في تصميم المطبوعات من جرائد ومجلات وكتب وكتيبات، فهو ليس زينة أو زخرفًا إنما هو تعبير واتصال.

4- **وموضوعه**: يتناول الصحيفة من حيث هي جسم مادي؛ أي مطبوع من الورق يتضمن عناصر طباعية من الحروف والعناوين والصور والرسوم والجداول، وغيرها، وقد وزعت هذه العناصر على صفحات الصحيفة توزيعًا معينًا؛ ومعنى ذلك أن لموضوع الإخراج الصحفي شقين:

- **الشق الأول**:

يتصل بتلك العناصر الطباعية من حيث إنتاجها وتطويرها وتحسينها، والطرق المختلفة لاستخدامها، وهذا الشق هو الذي يطلق عليه كلمة « التيبوغرافيا

Typography» ومعناها حرف الطباعة، أو حروف الطباعة، وكل ما يتصل بحروف الطباعة، وإنتاجها وتطورها واستخدامها والعناصر الأخرى المساعدة مع حروف الطباعة.

- **الشق الثاني:**

يتصل بتحريك هذه العناصر وتوزيعها على صفحات الصحيفة؛ لكي تحقق في مجموعها (شكلاً) عامًا وراء فكرة معينة.

5- **واختصاصه:** عرض المضمون الصحفي في شكل مقبول يعطي الأهمية النسبية لكل موضوع أو خبر، فقد أصبح من المعروف الآن أن الصحيفة لا تكتفي بمجرد النشر في حياد تام؛ لأن للصحيفة رأيها، وسياستها، وموقفها من الأخبار والأفكار، ومن الثابت أن الصحيفة لن يكن لها وجود ما لم تعبر عن اتجاهاتها نحو الأخبار، وهنا يلعب فن الإخراج الصحفي دورًا رئيسًا في عرض هذه الأفكار على مساحات معينة، في صفحات محددة، وتحت عناوين مقدرة مقررة على عدد مناسب من الأعمدة، فالإخراج الصحفي هو تعبير بصري عن تقييم الأخبار ودلالاتها من وجهة نظر الصحيفة.

ولا شك أن الإخفاق في تقدير العلاقة المشتركة بين الشكل والمضمون، والتفاعل بينهما يسيء إلى فن الإخراج الصحفي، ويصيب الصحافة إصابة خطيرة في الصميم. إذ إن الإخراج الصحفي رغم أنه يختص بالشكل، إلا أنه يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالمضمون، فهو لا يكتفي فقط بعرضه، بل يعرضه بطريقة متعمدة تعطيه وزنًا وقيمة نسبية عن غيره، وتعلن عن موقف أو رأي.

6- ويؤثر على الإخراج الصحفي، ويحدد مخرجاته النهائية، كعملية فنية وصحفية مجموعة عوامل من أهمها:

- ما تتسم به الصحيفة (جريدة أو مجلة) كوسيلة اتصال مطبوعة من مزايا وما تتضمنه من نقائص.
- الأسلوب التكنولوجي الاتصالي للصحيفة « بمعنى نمط الإنتاج: جمع، توضيب (مونتاج)، تجهيز، طباعة » في ظل منافسة الوسائل الاتصالية الأخرى

المطبوعة « الجرائد- المجلات- النشرات- الكتب- الكتيبات » والوسائل المسموعة والمرئية « الراديو- التلفزيون- صناعة التسجيلات من اسطوانات- أشرطة كاسيت- أشرطة فيديو كاسيت- اسطوانات الفيديو- أجهزة التسجيل المسموعة، المرئية »، وكذلك المستحدثات الجديدة الإلكترونية المتمثلة في النصوص المتلفزة، الفيديو تكيت والتلتكيت، والتناسب مع اهتمامات وميول واتجاهات القراء الاتصالية والعادات القرائية والبصرية، التي تكشف عنها وسائل تقييم الأداء الصحفي، من لقاءات مباشرة، ورسائل القراء، إلى بحوث القرائية Research Readership، وبحوث وضوح القراءة Legibility Research وبحوث يسر القراءة Readability Research حتى بحوث الأرجونومية التبوغرافية Ergonomics.

7- ويتضمن الإخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية ذات طابع مميز ووظيفة خاصة جانبين أساسيين متلازمين ومتعاقبين:

الجانب الأول:

استراتيجي وطويل المدى، ويتضمن وضع عملية وضع التصميم الأساس Basic Design أو الشكل الأساسي Basic Format أو المظهر العام للصحيفة، مترجمًا في مجموعة من الملامح الأساسية، التي تعطي هوية مميزة للصحيفة ككل، ولكل صفحة من صفحاتها، عن باقي الصحف المنافسة، وهذه الملامح تتسم بالثبات النسبي، ولا تتغير إلا عبر الفترات الزمنية الطويلة.

الجانب الثاني:

مرحلي وقصير المدى، يومي أو أسبوعي، بحسب دورية الإصدار، وهو التوضيب Layout ؛ أي توزيع المواد الصحفية « الأخبار والموضوعات » التحريرية، وكذلك المواد الإعلانية بشكل يحدد موقع كل مادة تحريرية أو إعلانية وحجمها، وأسلوب عرضها، ووسائل الإبراز المرسومة أو المصورة المصاحبة لها، بشكل يحقق عدة معايير وقيماً صحفية ونفسية وجمالية.

والبديل لما سبق هو مجرد جمع المواد الصحفية ووضعها، أو تعبئتها داخل الصفحات، ثم طباعتها، بدون أي معايير أو قيم أو أسس صحفية، أو نفسية أو جمالية، وهذا أقرب شيء إلى جمع مواد البناء لإقامة عمارة أو تشييدها، فالمشكلة الرئيسة ليست في توفير مواد البناء، وإنما في هندسة العمارة، وفقًا لأصول الفن وقواعده.

والمشكلة التي تواجه المخرج الصحفي - ومعه المحرر المسؤول - يوميًا أو أسبوعيًا حسب دورية الإصدار، هي كيفية السيطرة على الحيز المتاح والتحكم فيه صحفيًا وفنيًا. كما يحدث في فن العمارة تمامًا. إذ إن العمل الصحفي يوفر لنا عددًا من الرسائل الإعلامية، التي يريد أن يعرضها على الجمهور بسرعة وسهولة واقتصاد، وبأسلوب ثابت ومستقر، يألفه القارئ، وذلك رغم اختلاف دلالات الرسائل وتنوعها تنوعًا شديدًا .

[8]- والإخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية، وكنوع من الفن التطبيقي، مثل أي عمل إبداعي - فيه قدر من الصنعة - تتحكم فيه وتوجهه، وتؤثر عليه رؤية أو مفهوم، ثم تترجم هذه الرؤية أو تنفذ في شكل مادي من خلال أداة فنية، مثل أي عملية إبداعية أخرى.

والرؤية أو المفهوم الذي يحرك عملية الإخراج الصحفي، وبالتالي يحدد الشكل المناسب للصفحة كمكون أساسي، إما أن تكون رؤية حدسية تعتمد على الإلمام الشخصي أو الحدس أو التخمين، أو الخبرة الناتجة من التجارب الشخصية المتراكمة والمعتمدة على التجربة والخطأ Try and error، أو تكون رؤية علمية منهجية تعتمد على تطبيقات بحوث الاتصال الجماهيري في المجال الصحفي خاصة مناهج بحوث القارئية Readership Research وبحوث الإخراج والتيبوغرافيا Make up and Typography Research التي تتضمن داخلها أكثر من نوعية أهمها هنا ما يلي:

- بحوث وضوح القراءة.
- بحوث يسر القراءة.

- البحوث الأرجونومية، وهذه البحوث التي:

1- تتناول الجانب البصري من الصحيفة.

2- وتستفيد من المداخل البحثية الخاصة ببحوث الدوافع.

3- ومن سيكولوجية القراءة.

4- وفسيولوجية القراءة والرؤية

5- وعلم البصريات.

6- وعلم النفس والعلوم السلوكية.

أما الأداة أو الوسيلة التي يتم من خلالها تجسيد الرؤية الإخراجية السابقة، أو التصور أو المفهوم الفني العام لشكل الصحيفة في العناصر التيبوغرافية (الطباعية) التي هي عناصر أو مفردات لغة الإخراج، أو الشكل في الصحيفة، وتضم مجموعتين متميزتين.

المجموعة الأولى:

مجموعة الأدوات أو العناصر التيبوغرافية الثابتة موقعًا وتصميمًا وتوظيفًا من عدد لآخر، بعضها يختص بالصفحة الأولى، كرأس الصفحة ويضم «الترويسة – الأذنين – الإشارات – الفهارس – عنوان العمود أو المقال أو الباب الإخباري الثابت»، وما يختص بالصفحات الداخلية «كعناوين الأبواب – الأركان - الصفحات – الملاحق – الرسوم التعبيرية المصاحبة، التي قد تكون ترويسة ثابتة».

المجموعة الثانية:

والمجموعة الثانية تتمثل في العناصر التيبوغرافية المتغيرة موقعًا وتصميمًا وتوظيفًا، بحسب طبيعة كل مادة صحفية تحريرية أو إعلانية مثل:

- حروف المتن.
- حروف العناوين. أو خطوط العناوين «إذا كانت خطية غير مجموعة».
- الجداول.
- الفواصل.
- الإطارات.

- النقشات « الحلي ».
- المواد المصورة والمرسومة «الصور الفوتوغرافية، الرسوم اليدوية بأنواعها التعبيرية والتوضيحية والساخرة».
- اللون.
- الأرضيات.
- البياض « الفراغ ».
- اسم المحرر، أو الكاتب، أو الرسام، أو المصور تلك هي الأدوات التي يستخدمها من يتولى عملية الإخراج الصحفي تخطيطًا، ثم تصميمًا، ثم توضيبًا .

[9]- ويقوم بعملية الإخراج الصحفي [تصميم الصحيفة وتوضيبها] تحت إشراف رئيس التحرير، وكبار معاونيه قسم متخصص أو جهاز، وأحيانًا محرر واحد بحسب حجم الصحيفة وإمكاناتها وقدراتها الاقتصادية أو عدد صفحاتها، هو قسم الإخراج الصحفي، أو قسم سكرتارية التحرير الفنية، أو قسم التوضيب، وأحيانًا يطلق عليه القسم الفني، ويتولى مسؤولية هذا القسم محرر مسؤول قد يطلق عليه محرر الإخراج Make up Editor، أو محرر التوضيب Layout Editor، أو المحرر الجرافيكي Graphic Editor، أو المصمم Designer، أو المدير الفني Art Director، وقد يكون هناك إلى جانب القسم مشرف أو مستشار/ فني للصحيفة « خاصة في المجلات » وقد انتقلت هذه الظاهرة إلى الجرائد بعد أن اتجهت إلى الجمع التصويري، وطباعة الأوفست الملونة، وقد يكون إلى جانب الإخراج الصحفي مسؤولية نائب رئيس التحرير، أو مدير التحرير، أو أحد كبار معاونيه، وينفذ عملية الإخراج الصحفي « تصميمًا وتوضيبًا » مجموعة من المحررين يصنفون في بعض الصحف إلى فئتين: الأولى فئة المصممين Designers ويجري معظم عملهم داخل صالات التحرير أو المكاتب، والثانية فئة المنفذين (الفنيين) Executives ويجري عملهم داخل صالات التوضيب

(المونتاج) وأحيانًا يلغى هذا الفصل، ويتولى محرر الإخراج كل المهام داخل صالة التحرير وصالة التوضيب (المونتاج).

[10]- وتجري عملية الإخراج الصحفي (تصميم الصحيفة وتوضيبها) وفقًا لإستراتيجية جرافيكية «بصرية» Graphic Strategy، أو رؤية إخراجية تيبوغرافية «طباعية» عامة تكون جزءًا من سياسة التحرير العامة للصحيفة، تترجم إلى سياسات إخراجية مرحلية، ويستعان في تنفيذ عملية الإخراج الصحفي بدليل طباعي Graphic Manual يحدد إمكانيات الصحيفة أو المؤسسة التيبوغرافية (الطباعية)، وأساليب توظيف عناصرها الإنتاجية وسمات كل منها « كالجمع بالنسبة لحروف العناوين والمتن، وأساليب إنتاج المواد المصورة والمرسومة، وأساليب التصحيح. ونمط التوضيب (المونتاج)، ومراحل التجهيز الفني للصحيفة، وأساليب الطباعة ».

وقد تتم عملية الإخراج الصحفي (تصميم الصحيفة وتوضيبها) بشقيها على نموذج، بحجم الصفحة الكامل (أو مصغر بنسبة 25٪ مثلاً) يسمى ماكيت Dummy Sheet، ثم ينفذ في قسم التوضيب (المونتاج) حسب أسلوب الإنتاج.

وفي نظم الجمع التصويري المتطورة، التي تستعين بالحاسبات الإلكترونية في عمليات الجمع والتوضيب والتنفيذ، فقد ينفذ الماكيت كله، وقد يصمم أساسًا، على شاشة تلفزيونية ملحقة بجهاز الجمع التصويري، وتسمى نهاية العرض الضوئي، أو النهاية الطرفية أو المطراف، وقد يطلق عليه المنفذ.

وفي هذه النظم المتطورة قد يجمع المحرر بنفسه موضوعه، ويستكمله من قسم المعلومات (داخل الصحيفة) أو بنك المعلومات (خارجها)، ثم يصححه ويصممه ويوضبه، مستعينًا بالحاسبات الإلكترونية، فيما يسمى بعملية توضيب الصفحات على الشاشة بالاستعانة بالحاسبات الإلكترونية Computerized Make Full up System Pagination أو مرحلة الآلية الشاملة في إنتاج الصحيفة، التي

وصلت إلى حد تغذية الحاسب الالكتروني بتصميمات جاهزة لصفحات تتوافق مع عدد ونوعية المادة الصحفية مستعينة بال Computer Graphic ، كما حدث داخل معهد ماسا شويستس للتكنولوجيا I M T بالولايات المتحدة الأمريكية.

ولا يزال هنالك خلاف بين الممارسين والأكاديميين- خاصة في الخارج – على تسمية الإخراج الصحفي كعملية فنية وصحفية، فمنهم من :

- منهم من يسمي الإخراج الصحفي بتصميم الصحيفة Design.
- ومنهم من يسمي الإخراج الصحفي بتوضيب الصحيفة Layout.
- منهم من يسميه تقسيم الصحيفة Mise en Puge.
- وآخرون يسمونه بتركيب الصحيفة ؛ أي « تكوينها » Composition.
- وبعضهم يسمونه بتخطيط الصحيفة وإخراجها Planning & Make up.
- وآخرون يسمونه برسم الصفحات المختلفة.

والإخراج الصحفي [كعملية فنية وصحفية] فلا يزال الكثير من الممارسين والأكاديميين يصرون على أنه فن ؛ لأنه يعطي الفرصة للمخرج ؛ لكي يوظف بشكل متميز كل الأدوات التيبوغرافية في شكل جمالي وفني وجذاب يشد قارئ الصحيفة مستدين على ذلك بأنه لا يوجد قواعد ثابتة للإخراج، أو نظريات محكمة، بينما يرى بعضهم أنه علم مستندين إلى وجود نظريات ثابتة تحكم بعض جوانبه مثل:

- حركة العين.
- فسيولوجية القراءة.
- سيكولوجية اللون.
- وبعض القواعد الخاصة بتوظيف العناصر التيبوغرافية.

الأغراض الوظيفية والجمالية للإخراج الصحفي:

ومن وظائف الإخراج الصحفي:

تعد الصحافة أكثر المهن التصاقًا بالحياة الاجتماعية للإنسان و مما لا خلاف فيه أن القانون البارز بات يحكم الحياة الاجتماعية الإنسانية، وهو قانون التطور . و كان سعي الصحف في بداية نشأتها دومًا في نشر المضمون الصحفي القوي و خاصة ما كان يتحقق من ورائه الانفراد في السبق في خبر من الأخبار إلى الجمهور، و عليه فإن الشكل أو المظهر خاصة في الصحيفة لم يكن موضع اهتمام كبير.

و لكن بسبب التطورات التي شهدتها وسائل الاتصال، وما تمخض عنها من نقل للأخبار، فلم يعد الخبر يتبوأ المرتبة الأولى ويهمش الشكل، حيث بدأت الصحيفة بتطوير شكلها و الارتقاء به بما يتحقق معه جذب الانتباه، و إثارة الاهتمام. و لقد ساندت الطباعة بتقنياتها الرفيعة الصحيفة في إنجازها خلال فترة قصيرة، وجهد قليل، علاوة على تأثير القراء أنفسهم بالفنون المختلفة التي تقع أبصارهم عليها، وما ترتب عليه من تغير في الميول و المفاهيم و الأذواق.

ولما كان تصميم الصفحة ليس عملاً فنيًا بحتًا، تقتصر أهميته على جذب الانتباه، إلا أنه أيضًا عمل إعلامي صحفي بحكم النظريات الثابتة المحكمة التي أفرزتها أبحاث العلماء، ودراساتهم، والتي تعد الإخراج الصحفي عملية تقويم بصري تبين عن أهمية الموضوعات النسبية.

وعندما نتحدث عن وظائف الإخراج الصحفي نجدها تتمثل في معادلة تقتضي التوفيق بين الجانبين الجمالي و الوظيفي، فالجانب الجمالي يسعي لتحسين مظهر الصحيفة و جذب القراء إليها، وزيادة عددهم، في الوقت نفسه توجب على المصمم أو المخرج أن يقوم بترتيب الأخبار حسب أهميتها النسبية، وأيضًا بتبويب الموضوعات بشكل عملي سليم، حتى يتسنى للقارئ سهولة العثور على الموضوعات محور الاهتمام. ومن هنا تؤدى وظيفتي الجمال والوظيفية بصورة علمية سليمة.

وعلى الرغم من الخلاف حول طبيعة الإخراج الصحفي: هل هو فن؟ أم علم؟ إلا أن هنالك شبه اتفاق على أن الإخراج الصحفي له عدة أغراض بعضها وظيفي والآخر جمالي، وهي:

1. جذب انتباه القارئ لقراءة الصحيفة، أو لاختيار صحيفة معينة عن الصحف الأخرى، وهنا ينبغي التأكيد على أن جذب القارئ للصحيفة سهل جدًا، أما الاحتفاظ به فهو أمر في غاية الصعوبة.. إنها إذن « وظيفة » جذب القارئ للصحيفة.
2. إثارة اهتمام القارئ بعد جذبه لقراءة الصحيفة ؛ لكي يقرأ موضوعاتها. وذلك يتم بتسهيل عملية القراءة وتيسيرها، وجعلها سهلة ما أمكن، وإلا انصرف عنها القارئ. . إنها إذن وظيفة « تيسير قراءة الصحيفة وتسهيلها ».
3. استثارة رغبة القارئ في قراءة موضوع، أو خبر معين، من خلال إبرازه، وإعطائه أهمية نسبية عن غيره، هذا في إطار تصنيف موضوعات الصحيفة، وأخبارها وتوزيعها بحسب أهميتها، وحيث يستطيع القارئ من نظرة واحدة معرفة أهم الموضوعات أو الأخبار داخل الصفحة، فالمكان الذي يشغله الموضوع ومساحته، وحجم البنط المجموع به، وحجم العنوان المستخدم، ومصاحبة الصورة واللون له، كلها أو بعضها أمور تبين للقارئ الأهمية النسبية للأخبار أو الموضوعات على الصفحة.. إنها إذن «وظيفة الإبراز النسبي لموضوعات الصحيفة وأخبارها ». ؟
4. تحقيق التنويع والمظهر الجمالي الفني الجذاب للجريدة، وتخليصها من عنصر الرتابة والملل من خلال مراعاة القيم الفنية والجمالية في عملية توزيع محتويات كل صفحة، إنها إذن « وظيفة تحقيق الجانب الجمالي الجذاب في الصحيفة».
5. إعطاء هوية مميزة للصحيفة عن غيرها من باقي الصحف المنافسة، بحيث تبدو مختلفة ومتميزة، ولا تبدو شاذة أو خارجة عن المألوف.. إنها إذن « وظيفة إعطاء الشخصية المتميزة ».

وعمومًا فإن الإخراج الصحفي يعتمد بصورة أساسية على الفكر التصميمي، وعلى عقلية المخرج والمحرر المبتكرة، الذي يمتاز بفعاليته العالية لتنعكس على تحقيق الاتصال من خلال خلق لغة إبصارية مستمرة بين الصحيفة « رأس الصفحة » والمجتمع كوسيلة اتصالية.

وتمثل الصحيفة نوعاً من الاتصال الموجه إلى الآخرين؛ إذ يهدف الإخراج الصحفي إلى التعبير أو التبليغ عن أفكار ومشاعر ومقاصد، واسم الصحيفة هو محاولة للإفهام والدلالة أو البيان على معنى معين يقدم سياسة الصحيفة، ويثبت هويتها الدلالية « الإشهارية »، إذ إن الصحيفة تأخذ قيمتها الوظيفية من أسلوب توظيب عناصرها التيبوغرافية لتشكيل ملامح مميزة لهذه الجريدة عن بقية الجرائد الأخرى أولاً، ووجود الإنسان ومستواه الإدراكي والثقافي، الذي يعطي صورته المعرفية في إدراك ماهية اللافتة ثانيًا.

لذلك احتل الإخراج الصحفي للصفحة الأولى هذه الأهمية، فلكل صحيفة مظهرها الخاص، الذي يعبر عن شخصيتها التي استقرت عليها ؛ لارتباطها الوثيق بسياسة الجريدة، وطبيعة مضمونها.

وظائف الإخراج الصحفي:

1. جذب انتباه القارئ للصحيفة، أو لاختيار صحيفة معينة دون أخرى.
2. إثارة اهتمام القارئ بعد جذبه لقراءة الصحيفة، لكي يقرأ موضوعاتها.
3. استثارة رغبة القارئ في قراءة موضوع أو خبر معين من خلال إبرازه وإعطائه أهمية نسبية عن غيره.
4. تسهيل وتيسير عملية القراءة (Readability).
5. تحقيق التنويع والمظهر الجمالي الفني الجذاب للصحيفة، وتخليصها من عنصر الرتابة والملل من خلال مراعاة القيم الفنية والجمالية في عملية توزيع محتويات كل صفحة.
6. إعطاء هوية مميزة للصحيفة عن غيرها من باقي الصحف المنافسة، بحيث تبدو مختلفة ومتميزة، ولا تبدو شاذة أو خارجة عن المألوف.

مهام المخرج الصحفي :

وعمومًا يقوم بعملية الإخراج تحت إشراف رئيس التحرير وكبار معاونيه قسم متخصص أو جهاز (وأحيانًا محرر واحد حسب حجم الصحيفة وإمكاناتها وقدراتها الاقتصادية، أو عدد صفحاتها) وهو قسم الإخراج الصحفي أو قسم سكرتارية التحرير الفنية، أو قسم التوضيب، وأحيانًا يطلق عليه القسم الفني، ويتولى مسئولية هذا القسم محرر مسئول قد يطلق عليه محرر الإخراج، أو محرر التوضيب، أو المحرر الجرافيكي، أو المصمم، أو المدير الفني، وقد يكون هناك إلى جانب القسم مشرف أو مستشار فني للصحيفة (خاصة في المجلات)، وقد يكون الإخراج الصحفي مسئولية نائب رئيس التحرير أو مدير التحرير أو أحد كبار معاونيه.

والمخرج الصحفي هو الشخص الذي يتولى مسئولية الإخراج الصحفي، وهو أقرب ما يكون إلى المصمم الفني، ويجب أن تتوافر لديه القدرة على الإبداع في وقت قصير يتناسب مع ظروف عمل الصحافة خاصة اليومية، وهو يصمم الصفحات ويشرف على تنفيذها، ويعد حلقة الوصل بين قسم التحرير والإعلان من جهة والأقسام الفنية والمطبعة من جهة أخرى، **ومن مهامه:**

1- البحث عن مواد العدد التالي:

الاتصال بقسم الإعلانات للأسباب الآتية:

- معرفة المساحة الإعلانية المطلوبة على كل صفحة.
- طلب الماكيت المخصص لكل صفحة موضحًا عليه عدد الإعلانات ومساحتها.
- توزيع المساحة المتبقية على الصفحة للمادة التحريرية.
- التعرف على مدى حدوث زيادة المساحة المقررة للإعلانات.

وعمومًا ينبغي توضيح الأسباب السالفة الذكر بشيء من الإيجاز، فالمخرج الصحفي يمارس كالمعتاد مجموعة المهام السابقة بشكل يومي أو شبه يومي – بحسب دورية صدور الصحيفة- على النحو الآتي.

يبدأ سكرتير التحرير « المخرج الصحفي » عمله بالاتصال بقسم الإعلانات ؛ لمعرفة عدد الإعلانات ومساحتها المطلوبة على الصفحة، أو الصفحات التي يقوم بإخراجها، ويرسل قسم الإعلانات لسكرتير التحرير ماكيت مصغر «فرخ الورق» مخصص لكل صفحة من صفحاته، وموضحًا عليه عدد الإعلانات ومساحتها.

2- قراءة المادة التحريرية بعد وصولها للأسباب الآتية:

- تصنيف المادة بحسب أهميتها.
- تقدير مساحتها.
- موقعها على الصفحة.
- إعداد رسم تخطيطي للصفحة على ماكيت من الورق، والأخذ بالاعتبار مساحة العناوين والصور والرسوم.

3- تنسيق المعلومات وإرسالها إلى قسم الصف الضوئي:

يتعين على العاملين في أقسام الصف الضوئي ملاحظة العلامات التي وضعها المخرج.

4- الاتصال بقسم الأرشيف بالصحيفة؛ لإعداد بعض الخرائط، أو الرسومات المصاحبة لبعض الموضوعات.

5- مطابقة كل موضوع على المساحة المخصصة له على الماكيت، وذلك بعد تلقي المخرج البروفات الأولية من قسم الصف الضوئي.

وهناك تعديلات قد يجريها المخرج على الماكيت إذا زادت المادة المجموعة على الساحة المخصصة لها.

- اختصار المادة الصحفية.
- استخراج تتمة للجزء الزائد منها.
- حذف جزء من المادة بشرط عدم التأثير على المضمون.
- حذف صورة أو تغيير مساحتها.

- ضغط سطور النص أو فقراته.

6- إرسال ماكيت الصفحة بصورته النهائية ؛ لتنفيذه بشكله النهائي، إما يدويًا أو إلكترونيًا.

7- يطلع المخرج على الصفحات للتأكد من عملية التوضيب كانت صحيحة، ثم يرسل الصفحات إلى المطبعة؛ لتجهيزها بصورتها النهائية.

لا بد أن يتصفح المخرج إحدى النسخ الأولى من الصحيفة؛ لتدارك أي خطأ فات تصحيحه في المراحل السابقة، وإذا ثبت وجود مثل هذه الأخطاء لا بد من إيقاف عملية الطباعة؛ ليتم تصحيح الخطأ، والمضي قدمًا في عملية الطباعة.

وهنا لا بد أن نشير إلى مهام أخرى تلقى على عاتق المخرج الصحفي، يكون من أهمها ما يأتي:

- تلقي المادة التحريرية من أقسام التحرير المختلفة أو من رئيس التحرير طبقًا للنظام المعمول به داخل المؤسسة الصحفية، موضحًا عليها مكان النشر وبعض التوجيهات الخاصة بدرجة إبراز المادة.
- حجز المساحات الإعلانية على الصفحات.
- اختيار الصور المناسبة للموضوعات.
- رسم الصفحات المختلفة على ماكيت سواء ورقي أو باستخدام برامج الكمبيوتر.
- الاتصال بقسم المعلومات وأرشيف الصور لاستكمال الصور الناقصة التي يرى ضرورة نشرها مع الموضوعات.
- إرسال الموضوعات إلى قسم الجمع و إرسال الصور والرسوم إلى القسم الفني لجمع النصوص وتجهيز الصور لتنفيذ الصفحات باستخدام برامج الكمبيوتر مثلIn Design ، والإشراف على عملية التنفيذ ومتابعتها، والتدخل لحل أي مشكلات تطرأ أثناء التنفيذ.
- متابعة البروفات الأولى للصفحات التي تخرج ليتم مراجعتها وتصويب ما بها من أخطاء لدى قسم "المراجعة والتصحيح" قبل إذن النشر.

- متابعة الإجراءات التنفيذية الخاصة بطباعة الصحيفة.
- إجراء التعديلات والإضافات المطلوبة من مستجدات الأخبار والموضوعات لتنشر في الطبعات التالية (في حالة تعدد طبعات الصحيفة).

وعمومًا فإن مهمة المخرج الصحفي تبدو أيضًا ببداية المخرج عبر الورق وبالتشاور مع المحرر المسؤول يبدأ العمل على تصميم الصفحة وتوزيع الصور والأخبار فيها كل حسب أهميته. والمخرج يقوم بتلبية رغبة التحرير في إبراز أحد الأخبار على الصفحة والتي تعتمد على إفراده على مساحة كبيرة وتكبير صوره بحيث إنه يكون لافتًا للنظر في الصفحة وتقع عليه عين القارئ مباشرة عند مشاهدة الصفحة لأول مرة وعندما تنتهي عملية الإخراج والماكيت يقوم المخرج بتسليم الصور لجهاز الإسكنر المختص بفرز الصور ومعالجتها وتحويلها إلى قسم التنفيذ مع الماكيت ليقوم المنفذ برسم ما قام به المخرج على الكمبيوتر بشكل نهائي وتركيب الصور.. ثم يطبع الشكل النهائي للصفحة على الليزر بروفة (A3) ثم إرسالها إلى قسم التصحيح تدقق إملائيا ونحويا وصولا إلى المرحلة النهائية وهي طباعة الصفحة في صورة فيلم وبعدها يصل الفيلم إلى قسم المونتاج.

صفات المخرج الصحفي:

ليكون المخرج الصحفي قادرًا على ممارسة عمله يجب أن يتحلى ب:

- الخبرة العملية مقرونة بدراسة فنون الإخراج والتحرير والطباعة ومراحل إنتاج الصحيفة ككل.
- قدر وافٍ من الخيال، وقوة الذاكرة، ودقة الملاحظة، وتنوع الثقافة العامة.
- تقدير الأخبار والموضوعات من حيث الأهمية من جهة، وحسن التقدير لحجم مضمون المادة، ودرجة الإبراز المطلوب لها من جهة أخرى.
- قدرات عالية في العمل الجماعي.

أسس الإخراج الصحفي:

أولاً- الأسس الصحفية:

ينبغي أن يعلم القارئ أن المخرج الصحفي لا يتقن الفن بمفهومه الخاص، فهو ليس فنانًا، بل فهو من يمارس وظيفة صحفية في أساسها، ومع ذلك فالمخرج الصحفي معني بقضيتي الشكل والمضمون فيما يمارس من أعمال صحفية بعد أن تحرر فن الصحفي من قيود الأعمدة، وأغلال الخطوط الرأسية، أصبحت عملية الإخراج الصحفي من العمليات الفنية التي تعتمد على الدراسات المختلفة في الفن وعلم النفس وعلم وظائف الأعضاء physiology، فكأن الحرية الجديدة التي أحرزها فن الإخراج الصحفي- شأن كل حرية جديدة – كانت تنطوي على مسؤوليات خطيرة. فقديمًا كان المخرج الصحفي يملأ الأعمدة المحددة، أما الآن فقد أصبحت الصفحة الخالية كلوحة الفنان تتطلب دراية ومرانًا وذوقًا؛ لكي توزع عليها المواد الصحفية توزيعًا فنيًا جذابًا.

وعندما يعد سكرتير التحرير خطة الإخراج في الصحيفة الحديثة، نجد أنه يدخل في اعتباره عدة عوامل متشابكة، أهمها عقلية القارئ ونفسيته، وسلوكه البصري أثناء القراءة، بالإضافة إلى تكوين الصفحات تكوينًا فنيًا جميلاً، يوضح الأخبار ويجذب الأنظار، فمما لا شك فيه أن للصحيفة مقوماتها الاقتصادية التي لا بد من العناية بها حتى تتمكن من أداء رسالتها الثقافية والإعلامية والاجتماعية. وما دامت هناك عدة صحف تتنافس لكسب ود القارئ واجتذابه بشتى السبل، فلا بد بالعناية بكافة الدراسات والأساليب الفنية التي تؤدي إلى جمال العرض، وسهولة القراءة، وفن التنسيق، ولفت الأنظار.

ومع أن رئيس التحرير هو المسؤول الأول عن كل ما يصدر في صحيفته، فإنه لا يستطيع أن يفعل كل شيء بنفسه، وخاصة بعد أن أصبح الفن الصحفي متشعب الفروع، ويتطلب تخصصًا في كل فرع. ولذلك فإن مهمة الإخراج توكل عادة إلى أحد سكرتيري التحرير المتخصصين في هذا الفن. وفي الصحف الصغرى

يقوم سكرتير التحرير بمراجعة الأصول وانتقاء الصالح منها، وتحديد مكان نشره، وإعداد خطة الإخراج والإشراف على تنفيذها. أما في الصحف الكبرى فيقوم فريق من المتخصصين بأداء كل عمل من هذه الأعمال. ويمتاز سكرتير التحرير بعدة مميزات تؤهله للقيام بمهمته غير السهلة.

فالمخرج الصحفي هو حلقة الاتصال بين أقسام التحرير من جهة، وأقسام الطباعة من جهة أخرى، وعليه أن يتذوق الأخبار ؛ حتى يضع كل خبر في مكانه اللائق به، وإخراجه بالطريقة التي تناسبه، وما دام النشاط الصحفي في جوهره سباق مع الزمن؛ لأن القاطرات والطائرات لا يمكن أن تنتظر الصحف المتأخرة، فلا بد أن يتقن المخرج الصحفي فن إدارة الأعمال الصحفية؛ حتى يتم كل شيء في موعده المحدد بالضبط.

ومع حرص المخرج الصحفي على إعطاء القارئ أكبر عدد من الأخبار، فإنه لا ينسى أن يضعها في إطار جميل جذاب، يغرى الجمهور بقراءة الصحيفة واقتنائها.

وهكذا يتضح أن فن الإخراج الصحفي يقوم على مجموعة من الأسس، من أهمها

[**أولاً**] – الأسس الصحفية.

[**ثانيًا**] – الأسس النفسية.

[**ثالثًا**] – الأسس الفسيولوجية.

[**رابعًا**] – الأسس الفنية.

وفيما يلي عرض وتوضيح لكل واحدة من أسس الإخراج الصحفي الأربعة.

الأسس الصحفية:

والواقع أن دراسة الأسس الصحفية كتقويم الأخبار واختيار ما يصلح منها للنشر، وتقدير القيمة النسبية لكل خبر، تعد دراسة واسعة مستقلة بذاتها. وفي الصحف الأجنبية خبراء في تذوق الأخبار Copy Tasters تلقي على كواهلهم هذه المسؤوليات. لكن المخرج الصحفي لا بد يكون قديرًا هو الآخر في هذا الفن؛ لأن

العلاقة بين أسلوب التحرير وأسلوب الإخراج علاقة وثيقة تشبه علاقة المضمون بالصياغة في الفنون.

ويكفي هنا أن نذكر أن فن الإعلام الحديث يتوخى دائمًا الاهتمام بعقلية القارئ وميوله. ذلك أن عملية الإعلام بطبيعتها ذات قطبين، أولهما الصحفي مرسل الخبر، والثاني القارئ مستقبل الخبر، فالخبر الناجح هو الذي يهم أكبر عدد ممكن من القراء، ولا بد أن تتوافر فيه عدة شروط من أهمها على سبيل المثال:

1- [الحداثة] Timeliness : لأن الخبر الجديد يثير الاهتمام أكثر من الخبر القديم. والواقع أن معظم الاختراعات الصحفية الحديثة تهدف إلى نشر الأخبار في أسرع وقت ممكن. وتستعين الصحف الآن بأجهزة اللاسلكي في إرسال الأخبار والصور.

2- [القرب] proximity ، فالأخبار التي تقترب من شخص القارئ قربًا مكانيًا ونفسيًا أكثر أهمية من الأخبار النائية عن محور اهتمامه.

3- [الضخامة] Magnitude ، فمدى انتشار الخبر واتساعه عنصر مهم في تقويمه. فزلزال يشمل منطقة كبيرة في العالم أخطر من زلزال في قرية صغيرة، وحادث يُقتل فيه أربعون شخصًا أولى بالاهتمام من حادث يجرح فيه شخص واحد جرحًا بسيطًا.

4- [الدلالة والمغزى] Significance ، وهناك أخبار تبدو غير مهمة، ولكنها في الواقع ذات مغزى عميق، فإذا صدر تشريع ينطوي على فرض ضرائب جديدة، أو إلغائها أو تحديد الأجور، أو إذا عقدت معاهدات تهدد السلام، أو إذا اكتشفت عقاقير جديدة طبية يتوقع أن تشفي أمراضًا مستعصية، فإنه من الواجب إبراز هذه الأخبار لأهميتها.

5- [سياسة الصحيفة] policy ، ولا شك أن سياسة الصحيفة من العناصر المهمة في تقويم الأخبار وعرضها. فالصحف الشيوعية مثلاً تحاول إبراز النشاط الشيوعي وتهتم بتفاصيله، والصحف الدينية تهتم بالأخبار الدينية،

والصحف الديمقراطية تعنى بنشر أخبار هذا الاتجاه السياسي وخطب زعمائه. ولا يعني هذا تحيز الصحف، بطبيعة الحال، إنما يعني زيادة الاهتمام بجانب من الأخبار دون آخر. ومن الضروري في هذه الأحوال جميعًا أن تنشر الأخبار بأمانة ودقة وموضوعية، على أن تنحصر وجهات النظر وإبداء الرأي في التعليقات والمقالات وغيرها.

والصحافة الشعبية الحديثة لا تفرض الأخبار على قرائها فرضًا، ولكنها تدرس ميولهم دراسة دقيقة، وتنشر الموضوعات الصحفية التي تدور حول محاور الميول الإنسانية. وقد وجد مثلاً أن أهم المحاور التي تدور حول ميول القراء هي:

الجنس، والمال، والجمال، والحب، والأطفال، والطرافة الإنسانية، والصحة، وحياة الحيوانات وغيرها.

وقد لاحظ الباحثون الصحفيون أن محاور الميول تتطور من عصر إلى آخر، فقد زاد شغف الناس مثلاً بالعلوم والفنون والمخترعات الحديثة، وأصبحت أنباء الفلك والذرة والأخبار الاقتصادية والسياسية تحتل مكانة أعظم مما كانت تحتله من قبل. وبعد أن كان القارئ من قبل يمل قراءة الموضوعات الاقتصادية ومسائل النقد، نجده اليوم شديد الاهتمام بمعرفة معاني الاقتصاد والتضخم وقاعدة الذهب والتجارة وغيرها. على أن بعض الصحف تظن واهمة أن القراء يهتمون بحوادث القتل والجريمة أكثر من اهتمامهم بالموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والعلمية وغيرها، ولكن هذا الوهم يتبدد يومًا بعد يوم.

وليس معنى ذلك أن تنشر الصحف موضوعات علمية جافة أشبه بالرسائل العلمية، إنما الفن الصحفي الحقيقي هو القدرة على نشر الموضوعات المهمة الجادة ذات الدلالة والخطر بطريقة جذابة تحبب القراءة ولا تنفر منها، ولا يتأتى ذلك إلا بترقية فنون التحرير والعرض والإخراج.

ثانياً- الأسس النفسية:

وقد كان من الطبيعي أن تتأثر الصحافة بعلم النفس الحديث، وتنتفع بأبحاثه ونتائجه، مثلما تأثرت به سائر العلوم والفنون الأخرى، وتقوم الصحافة الحديثة في تحريرها على أسس نفسية ودراسات تجريبية مهمة، حتى أن بعض

الصحف قد أنشأت أقسامًا خاصة للبحوث في هذا المضمار. وما دامت الصحيفة وسيلة للتأثير في القارئ، فلا بد من دراسة نفسية هذا القارئ لنجاح عملية التأثير، وقد وجد أن أهم العوامل النفسية هي:

[أولاً]- السن:

فالشباب يميل إلى التجديد في الموضوعات الصحفية والإخراج، ولكن الشيوخ لا يطيقون هذا التجديد، ويفضلون عادة الإخراج التقليدي المحافظ، وهم لا ينظرون بعين الاحترام إلى « البدع » الإخراجية، ويرون أن الإخراج « العمودي الرأسي » على قدمه أكبر دليل على الوقار والأمانة. وغني عن البيان أن الأطفال لهم لونهم الخاص في الإخراج الصحفي الذي يعتمد على الصور والألوان اعتمادًا كبيرًا.

[ثانيًا]- اتجاهات الرأي:

لا بد من العناية بدراسة الاتجاهات العامة لقراء الصحيفة، بحيث يتمشى مضمون التحرير وفن الإخراج مع هذه الاتجاهات. وينبغي أيضًا أن تتكرر عملية قياس هذه الاتجاهات وتعديل الخطة الإخراجية بناء عليها.

[ثالثًا]- أذواق القراء:

ولا شك أن أذواق القراء تختلف اختلافًا كبيرًا، ولا بد أن ينعكس ذلك في طرق الإخراج، فصحيفة الطبقة العاملة مثلاً لا بد أن تختلف في مضمونها وشكلها عن صحيفة القضاة أو الأطباء مثلاً، وقد تستعمل الألوان والعناوين الكبيرة والصور في الصحيفة الأولى أكثر من استعمالها في الصحيفة الثانية.

[رابعًا]- العقلية:

وتتحكم في تحديد عقلية القراء عدة عوامل من أهمها الوراثة والبيئة والتربية وغيرها. فعقلية الطبقات المثقفة، وهم قراء الصحافة الرفيعة **quality** غير عقلية الطبقات غير المثقفة وهم قراء الصحافة الشعبية **popular**. وإذا كان إخراج الصحيفة الرفيعة كالتايمز Times الإنجليزية والنيويورك تايمز New York Times الأمريكية إخراجًا رأسيًا تقليديًا، فإن إخراج الصحف الشعبية من النوع العرضي المتجدد مع استعمال العناوين الضخمة والصور والألوان وغيرها.

[خامسًا]- العادات القرائية:

ولا بد أن يعنى قسم الإخراج الصحفي بدراسة عادات القراء عند الإطلاع على الصحيفة، فهناك فريق يكتفي بالمرور السريع على العناوين عامة ثم يتخير ما يهمه من الأخبار ليقرأها بإمعان كما يفعل رجال الأعمال مثلاً، وهناك فريق آخر من القراء يطلع على مقدمات الأخبار، بالإضافة إلى العناوين. وثمة فريق ثالث يهتم بالنواحي الأدبية والفنية أكثر من النواحي السياسية، وهكذا، فعلى قسم الأبحاث أن يوالي دراسة عادات القراء، حتى يتمكن المخرج الصحفي أن يعدل من خطته وفقًا للنتائج التي يصل إليها. هذا مع العلم بأن المحافظة على البناء العام للصحيفة أمر جوهري للغاية لأنه يكون شخصيتها بوجه عام.

واستعمال الألوان في الصحافة من أهم الموضوعات التي تدرس دراسة نفسية، فمن الثابت أن الألوان تثير انتباه القراء، وتخلق أثرًا محببًا لأول وهلة، وعندما يستعمل في الإعلانات يكسبها جمالاً وتقوي التعبير الواقعي. ولكننا نجد من جهة أخرى أن الإسراف في استعمال الألوان يؤدي إلى عكس الغرض المنشود، وقد أثبت لوكاس Lucas وبريت Britt أن ازدحام الألوان يقلل من التباين والإبراز، وبذلك تنعدم قيمة التلوين. ويمكن القول بأن الإسراف في الألوان يجعل الطباعة السوداء أكثر لفتًا للنظر.

وقد وجد أيضًا أن استعمال الألوان بكثرة في العناوين المثيرة، وغيرها يكون أشبه شيء بالصخب المزعج، الذي يثير إثارة غير هادئة لا معنى لها. فالمخرج الصحفي الناجح لا يستعمل الألوان لغرض الإثارة في ذاتها، وإنما للإبراز والدلالة، أما إذا انتشرت الألوان بلا ضابط فإن الصحيفة تفقد توازنها وتأثيرها. فالموسيقى الجميلة تبدأ هادئة وتحمل مشاعر المستمع في شوق حتى النهاية، ويمكن حينئذ الارتفاع بطبقة النغم، أما إذا بدأت صاخبة واستمرت صاخبة فيستحيل الوصول بها إلى مواضع التأكد والإبراز وغيرها. والطبيعة نفسها لا تسرف في الألوان: فقوس قزح لا تراه إلا نادرًا، وإلى كل جانب زهرة زاهية اللون ملايين الزهور العادية والأوراق الخضراء. ولو طغت الزهور الزاهية على غيرها لما لفتت أنظارنا، وكذلك الألوان في الصحافة تفقد قيمتها عند الإسراف في استعمالها.

ويعني المخرج الصحفي كذلك بالارتباطات النفسية للألوان، فهو يعلم مثلاً أن الألوان الحمراء والبرتقالية تنم عن معاني الدفء والعاطفة والحرب والخطر وغيرها، فالدم والنار لونيهما أحمر، والشمس وهي مبعث الدفء والضوء والحياة كرة ملتهبة وضاءة غنية بالألوان الحمراء والبرتقالية والضوء. فلا غرابة إذن، أن ترتبط الألوان الحمراء والصفراء والبرتقالية بالعاطفة والدفء والحياة.

أما الألوان الزرقاء فتنم عن الهدوء والسكون والبرودة. فالماء لونه مائل إلى الزرقة، وكذلك السحاب. فإذا أردنا استعمال الألوان في إعلان الثلاجات مثلاً وجب أن يكون اللون مائلاً إلى الزرقة. أما إعلانات المدافيء مثلاً فتناسبها الألوان الحمراء والصفراء والبرتقالية. والألوان البيضاء والزرقاء والخضراء، تنم عن الطهر والنقاء، بينما تعبر الألوان الأرجوانية عن الخصوبة والرخاء. ولكن لا ينبغي أن يعتبر المخرج الصحفي هذه الاعتبارات قوانين قاطعة، بل لا بد أن يجرب ويختبر بنفسه.

ثالثاً- الأسس الفسيولوجية:

والإخراج الصحفي فن تطبيقي له أغراضه النفعية، فالصحيفة تصدر ليقرأها الناس، وكلما سهلت عملية القراءة، كان ذلك دليلاً على نجاح عملية الإخراج الصحفي. ولا بد أن يدخل المخرج الصحفي في اعتباره أن قارئ الصحيفة غير قارئ للكتاب؛ لأن الصحيفة تقرأ غالبًا في ظروف غير مواتية لتيسير عملية القراءة. فهناك من يطلع على صحيفته في السيارة العامة، أو أثناء تناول طعام الإفطار، أو في محطة السكة الحديدية، وقد يكون الضوء غير كاف للقراءة.

وقديمًا كانت الصحف تطبع بحروف كبيرة عندما كانت الأخبار قليلة والورق رخيصًا، ثم تغيرت الأحوال بعد ذلك، فارتفعت أسعار الورق، وكثرت الأخبار بتقدم المواصلات والاعتراف بأهمية الصحافة، فأخذت الصحف تستخدم الحروف الصغيرة الاقتصاد. ولكن تقدم البحوث الطبية والدراسات البصرية ألقى الضوء على مشكلات القراءة الصحفية وأثرها على العين. فمن الثابت أن الناس

ينفقون من الوقت في القراءة أكثر مما ينفقون في الأكل مثلاً، وأن الإخراج الصحفي الرديء قد يضر بالعين أبلغ الضرر، ومن هنا بدأت الدراسات الجادة في الأسس الفسيولوجية للإخراج الصحفي.

وقد كان الناس يعتقدون قديمًا أن القارئ ينتقل من كلمة إلى أخرى حتى يستوعب السطر، ثم يبدأ قراءة سطر آخر. ولكن الأبحاث الحديثة أثبتت خطأ هذا الاعتقاد، والعين لا تتحرك أثناء القراءة في خط مستقيم من كلمة إلى أخرى، وإنما تتحرك في قفزات بينها وقفات. وفي كل قفزة يدرك القارئ وحدة فكرية thought unit لا وحدة لفظية، وكلما زادت الوقفات كان ذلك دليلاً على تعثر القراءة، وفي بعض الأحوال يضطر القارئ إلى الرجوع وإعادة ما قرأه. ولا شك أن هذه الرجعات تدل كذلك على صعوبة القراءة. فلا بد إذن من تسهيل عملية القراءة بحيث تقل الوقفات والرجعات إلى أدنى حد ممكن.

والعين الطبيعية لا تستوعب في النظرة الواحدة إلا سنتمترين من الألفاظ تقريبًا. ومعنى ذلك أنه إذا زاد طول السطر، استلزم ذلك تحريك حدقة العين أو الرأس تحريكًا كثيرًا قد يطول إلى حد التعب والملل، ولذلك أجريت عدة تجارب لمعرفة أطوال الأسطر المناسبة للقراءة المريحة. ولا شك أن هنالك علاقة وثيقة بين حجم الحروف وطول السطر. فكلما كبرت الحروف أمكن إطالة السطر، أما إذا كانت الحروف صغيرة فمن الواجب أن يكون السطر قصيرًا.

ومن الطريف أن الطابعين القدامى قد استطاعوا الوصول إلى نتائج مهمة في هذا الصدد تقترب كثيرًا من النتائج التي وصل إليها علماء النفس ووظائف الأعضاء. فقد اعتاد هؤلاء الطابعون في الماضي أن يجعلوا طول السطر مساويًا لحجم الحرف بالبنط مرة ونصف مرة، فإذا استعمل حرف حجمه اثنا عشر بنط وجب أن يكون طول السطر ثمانية عشر كورًا، وهكذا.

ولنقارن ذلك ببعض النتائج التي وصل إليها العلماء من أمثال بينجامين شيربو، وتنكر Tinker، وباترسون Paterson ، وغيرهم:

حجم الحرف بالبنط	الحد الأدنى لطول السطر بالكور	الحد الأقصى لطول السطر بالكور
6	8	10
8	9	13
10	13	16
11	13	18
12	14	21
14	18	24
18	24	30

ومما سبق يتضح ضرورة جمع الحروف القديمة التي تكون عادة من بنط 24 أو من بنط 18 ، أو بنط 12 على عمودين أو ثلاثة، أما صلب الخبر فهو عادة من بنط 9، فيكفي أن يكون على عمود واحد.

ويحسن كذلك أن تجمع المواد التي يقرؤها غالبية الناس بحروف كبيرة نسبيًا، أما المواد التي يقرؤها القليل كأسعار البورصة مثلا، فمن الممكن أن تجتمع بحروف صغيرة. ولا ينبغي أن يقف الاقتصاد في سبيل تسهيل القراءة. وعلى المخرج الصحفي أن يختصر بعض التحقيقات المطولة، والمواد المتكررة والحشو، وغير ذلك ليضمن أن الصفحات مريحة للنظر وسهلة للقراءة ؛ ذلك أن القارئ غير ملزم بمتابعة ما يعرض عليه في الصحيفة، إذا وجد صعوبة في القراءة. فهو إذا لم يجد السبيل ميسرًا أمامه لجأ إلى صحيفة أخرى، أو مجلة، أو أية وسيلة من وسائل الإعلام.

ومن العوامل التي تساعد على تسهيل القراءة وجود فراغ أبيض بين الكلمات والسطور، ولكن الإسراف في استعمال هذه الفراغات مثله مثل ازدحام السطور والكلمات قد يتعب النظر. ولا بد أن يوضع الفراغ الأبيض بمهارة: كأن

يأتي مثلا في نهاية فقرة ذات معنى واحد، أو في آخر كل شهادة في قضية من القضايا. أما إذا استعمل البياض بعد سطر واحد مثلا فقد يؤدي إلى التشويش على القارئ بإيهامه أن السطر يكون وحدة مستقلة.

ووجد أيضًا أن الفراغات البيضاء بين الأعمدة ضرورية للغاية ومريحة للنظر. ويجب ألا يقل عرض جسم الجدول بين كل عمودين عن ستة أبناط، وقد وصل عرض أجسام الجداول أيام الحرب إلى أربعة أبناط بل إلى بنطين أحيانًا؛ وذلك للاقتصاد في الورق وتكاليف الطباعة، ولكن هذه السياسة خاطئة، وتؤدي عادة إلى عكس الغرض المنشود.

ويعتقد بعض المخرجين الصحفيين أن الإسراف في استعمال الحروف « السوداء » يعين على تسهيل القراءة، ولكن الأبحاث العلمية أثبتت خطأ هذا الاعتقاد. فلا ينبغي الإسراف في استعمال الحروف «السوداء » ويجب الاقتصار في استعمالها على العناوين والمقدمات الإخبارية Leads والعبارات المراد إبرازها فقط، مع الاكتفاء باستعمال الحروف « البيضاء » في صليب الخبر.

والعناوين الفرعية لا تساعد فقط على ترتيب الأفكار، وإنما تساعده أيضًا على تسهيل القراءة. فهي تريح العين عند النظر إلى الحروف في صورة فقرات منفصلة لا كتلة واحدة متماسكة سوداء. وينصح علماء الصحافة بوضع العناوين الفرعية بين كل مائتين أو ثلاثمائة حرف على الأكثر.

ويسرف بعض المخرجين الصحفيين في استعمال الحروف البيضاء على أرضية سوداء، ظناً منهم أن هذه الطريقة تسهل عملية القراءة وتساعد على الإبراز ولفت النظر. ولكن التجارب العلمية أثبتت أن الحروف البيضاء على أرضية سوداء تتعب نظر القارئ، وخاصة إذا كثر استعمالها. والقراءة بهذه الطريقة أعسر من قراءة الحروف السوداء على الأرضية البيضاء. وفي آخر الإحصاءات أن سرعة قراءة الحروف السوداء على أرضية بيضاء تزيد عن 10,5 ٪ من سرعة قراءة الحروف البيضاء على أرضية سوداء، لذلك ينبغي على المخرج الصحفي أن يكون على حذر

عند استعمال الأرضية السوداء، ولا بد أن يراعى الاعتدال في ذلك لأنها متعبة لنظر القارئ رغم فائدتها المحققة في لفت النظر.

ومن الثابت أن العين البشرية تتأثر بالألوان الزاهية أكثر من تأثرها بالألوان الباهتة. فالمعروف أن شبكية العين تحتوي على خلايا عصوية، وأخرى مخروطية. والأولى هي المسؤولة عن رؤية الضوء وتمييز الظلال، وهي التي تمكن الإنسان من النظر في الضوء الخافت، أما الثانية « المخروطية » فهي تتأثر أساسًا بالألوان وإن كانت تتأثر أيضًا بالضوء. وفي حدقة العين توجد الخلايا المخروطية فقط، ثم تنتشر الخلايا المخروطية والعصوية معًا في بقية الأجزاء، ولكن الدقة البصرية تقل تدريجيًا كلما اتجهنا إلى الأجزاء الخارجية حيث تنتشر الخلايا العصوية، فالألوان الزاهية المضيئة أكثر إثارة للنظر في الألوان الباهتة المعتمة، لأنها تؤثر على الخلايا العصوية والمخروطية معًا. ومع ذلك فإن الإسراف في استعمال الألوان الزاهية الصاخبة قد يؤدي إلى الملل بنفس الطريقة التي نضيق بها حين تزعجنا الأصوات الصاخبة.

رابعاً- الأسس الفنية:

كانت الصحف القديمة تتبع النظام الرأسي vertical في الإخراج، فالصفحة تنقسم إلى أعمدة طويلة ثابتة، والعنوان لا يزيد عن عرض العمود. ثم تطور الإخراج وخاصة بعد اختراع طريقة الصب، وأمكن استعمال عناوين عريضة على عمودين أو ثلاثة. وأخيرًا ظهر الأسلوب العرضي horizontal في الإخراج فأصبحت العناوين المنتشرة على عرض الصفحة كلها، أو بعض أعمدتها من أهم سمات الإخراج الحديث. وإذا كانت الصحف الرفيعة قد تمسكت بالإخراج الرأسي التقليدي، فقد وجدت الصحف الشعبية أن الإخراج العرضي الحديث يساعد كثيرًا على اجتذاب القراء وقوة العرض.

والاتجاه الحديث في فن الإخراج الصحفي هو اعتبار الصحيفة كأنها لوحة بيضاء غير محددة بالأعمدة تحديدًا جامدًا، فيستطيع المخرج أن يعرض

الأخبار بنفس الطريقة التي يعرض بها الفنان صورة أو رسمًا. وعلى هذا الأساس أصبح التصميم الصحفي مبنيًا على أسس مشابهة للتصميم الفني.

ويقوم المخرج الصحفي بتصميم الصفحات على نماذج خاصة مصغرة ومقسمة إلى أعمدة، وهناك نماذج أخرى مساوية تماما لمساحة الصفحة. وإذا كان عرض الصفحة مقسمًا إلى الأعمدة الثمانية أو أقل من ذلك، فإن الطول مدرج إلى سنتمترات وأجزاء السنتمترات حتى يمكن قياس مواد الصحيفة بالسنتمتر طولاً وبالعمود عرضًا. ومع ذلك فإن المخرج الصحفي لا يقيد نفسه كثيرًا عند تصميم الصفحات بوجود هذه الأعمدة الرأسية، فهو أحيانًا يكون مواد على عمودين أو ثلاثة، أو عمود ونصف عمود وهكذا.

والمخرج الصحفي ينظر إلى الصحيفة التي يخرجها على أنها وحدة متكاملة من حيث الشكل العام والإخراج الفني، ومع أن كل خبر لا بد أن يقع في مكانه المخصص له واللائق به، فلا بد أن تنسجم العناوين والحروف والصور وغيرها؛ لتكون فيما بينها وحدة فنية تريح النظر وتمتع القارئ وتعينه على القراءة. ولا يمكن تحقيق هذه المميزات إلا إذا كانت الصفحة منظمة تنظيمًا فنيًا.

والتنظيم الفني أو التكوين Composition له أصوله وقواعده، ولا بد أن تتوفر فيه عدة خصائص تتضافر جميعًا لخلق التكوين الجميل. ولعل أهم هذه الخصائص التوازن Balance. والتوازن نوعان: نوع شكلي متماثل والآخر يمتاز بالتباين، فإذا نظرت إلى صفحة متوازنة توازنًا متماثلاً وجدت أن النصف الأيمن من الصفحة ينطبق تمام الانطباق على النصف الأيسر منها من حيث الحروف والصور والعناوين وغيرها، ولكن هنالك توازنًا آخر أكثر حيوية، وفيه تتباين العناصر المكونة لشقي الصفحة، بحيث أنك إذا رسمت خطًا عموديًا في منتصف الصفحة لما وجدت تطابقًا كالذي تجده في التوازن المتماثل، ومع ذلك فإنك تحس بالتوازن إحساسًا تامًا رغم أنك لا تستطيع قياسه بالمسطرة، مثلما تستطيع أن تفعل في التوازن المتماثل.

وإذا كان من العسير قياس التوازن في النوع الثاني، فمما لاشك فيه أن المحك النهائي، هو الذوق الذي يمكننا من الإحساس بهذا التوازن غير الشكلي informal. ومع ذلك فهناك طائفة من الإرشادات العامة. فالمساحة الصغيرة البعيدة عن محور الصفحة تتوازن مع مساحة أخرى كبيرة قريبة من هذا المحور. وكذلك المساحة القاتمة اللون يمكن أن تتوازن مع عدد مساحات أخف درجة وهكذا. وقد وجد أن التوازن غير الشكلي يعطي المخرج الصحفي حرية في التعبير والتنويع أكثر من التوازن الشكلي المتماثل.

ومن صفات التكوين الجميل أيضًا لإيقاع، وهو الذي يجعل التصميم نابضًا بالحياة، فكما نسمع الأنغام الإيقاعية في الموسيقى، ونشهدها في الحياة بتتابع الفصول، واليل والنهار، والحياة والموت، فإنه من الممكن أن نلمس الإيقاع في التصميم أيضًا عندما تستعمل الخطوط والألوان بمهارة، وهكذا يستطيع القارئ أن ينتقل من عنوان إلى آخر ومن صورة إلى صورة، دون أن يتعثر أو يمل. ولا شك أن الإخراج العرضي الحديث قد منح الصحفي مجالا أوسع للتعبير بالإيقاع، فأصبح من السهل تكوين العناوين والصور بحرية لا يتمتع المخرج بها في في النظام الرأسي. وإذا كانت الخطوط الرأسية تنم عن القوة والرسوخ والاستقرار والوقار فإن الخطوط العرضية والمائلة ترتبط بالحركة والحياة، وهي أهم خصائص الإخراج الحديث.

وبالإضافة إلى التوازن والإيقاع نجد أن التناسب proportions أهم خصائص التكوين الجميل، والمقصود بالتناسب جمال العلاقات بين الأجزاء بعضها بالآخر، وبالنسبة للكل نفسه بحيث ينتج عنها شكل منسجم. ومع أن التناسب يكون نتيجة للإحساس والذوق العام فهناك بضعة إرشادات أيضًا في هذا الصدد.

فقد وجد اليونان أن التناسب لا يكون بالتماثل، فلا يعقل مثلاً أن تكون الشجرة ذات الفروع والأغصان المتماثلة في السمك جميلة الشكل، إذ إنه لا بد من التدرج بنسب معينة. « والقاعدة الذهبية» التي وصل لها اليونان تقول إن أجمل نسبة

هي 3 :5 تقريبًا، ويحسبها الآخرون حسابًا دقيقًا فيقولون إنها 1 :1,414 أو 3 :4,24 وإذا كان المخرج الصحفي يستفيد كثيرًا من مراعاة هذه النسب في شكل الصفحات والصور وغيرها، فينبغي ألا يكون عبدًا لها.

والهدف الأساسي للإخراج هو الوصول إلى صفحة يسودها التوافق والانسجام harmony، فالحروف والصور والجداول والمساحات البيضاء والإطارات لا بد أن تنسجم جميعًا لتكون صفحة متكاملة الخصائص الفنية.

ومع ذلك فإن المخرج الصحفي في حاجة إلى إبراز بعض العناصر كالأخبار أو الصور، التي يرى أنها ذات قيمة أو خطر بحيث تستحق الإبراز. وهنا يأتي عنصر جديد في التكوين الفني للصحيفة، وهو التأكيد والإبراز emphasis. ويقوم هذا العنصر على أساس التباين contrast في التكوين العام، وهناك خمس طرق أساسية للتعبير عن الإبراز فيما يأتي:

1 - المساحة، والمعروف أن العنوان أو الصورة الكبيرة تلفت الأنظار، وخاصة إذا قيست بالنسبة إلى المساحة العامة للصحيفة.

2 - درجة الظل أو السواد، ولا شك أن الحروف السوداء والصور الداكنة تثير الانتباه وخاصة إذا كانت على أرضية بيضاء.

3 - الشكل وقد يكون العنوان مهمًا ومأخوذًا من وثيقة خطيرة، فيوضع في دائرة مثلاً أو يوضع في إطار. وبذلك يلفت الأنظار أكثر من بقية المواد.

4 - اللون يثير الانتباه بطبيعته، وخاصة إذا كان زاهيًا. ومع ذلك فإن الإسراف في استعمالها لا يحقق الغرض المنشود.

5 - الفراغات البيضاء، والمعروف أن الفراغ الأبيض في الصحافة يشبه الصمت في الخطابة، فإذا أراد الخطيب أو المتحدث أن يلفت الأنظار صمت برهة، وبذلك يسترعي انتباه الناس. والموسيقى أيضًا تعد فترات الصمت جوهرية للغاية. ويمكن إدراك ذلك عند مراجعة الإعلانات التي تعتمد على المساحات البيضاء، فلا يظهر سوى سطر واحد فقط وسط مساحة بيضاء

كبيرة قد تبلغ الصفحة الكاملة. ومع ذلك فإن الإسراف في استعمال المساحات البيضاء مثل الإسراف في استعمال الألوان يفسد الإخراج الصحفي من النواحي الفنية والنفسية معا.

وقد دأبت بعض الصحف الحديثة على استغلال خصائص الإبراز والتأكيد ظنًا منها بأن ذلك يساعد على جذب الأنظار وارتفاع التوزيع، ولكن الحقيقة أن المبالغة في الإبراز لا ينجم عنها إلا التشويش على القارئ. فالعناوين الضخمة، والألوان الكثيرة المتعددة، والإطارات المتناثرة، والمساحات الداكنة- تبدو كلها كأنها صرعات مدوية تفزع القارئ، وتمسخ القيم الفنية، فلا يبدو الإبراز تأكيدًا، بل إن الصحف الهادئة أصبحت أكثر اجتذابًا ولفتًا للنظر من الصحف الصاخبة.

والمخرج الصحفي يضع دائمًا نصب عينيه بأن يخرج الصحيفة ؛ لكي يقرأها الناس بسهولة ووضوح. مثلما أن الإخراج الفني يتضافر مع العناصر الصحفية والنفسية لإتقان العرض وتحقيق المنشود من إنتاج صحيفة تعين القارئ على قراءة الأخبار وغيرها بوضوح واستمتاع.

عمل الإخراج الصحفي:

وعمومًا يتجسد العمل الصحفي فيما يأتي:

[أولاً]: [إعداد الأشكال الأساسية للصفحات]:

يعد الشكل الأساس الذي يسميه بعض الباحثين التصميم الأساس، وتبعً لإشكالات الترجمة العربية لمصطلح الترجمة العربية لمصطلح Basic Design – المرتكز الأساس لأي صحيفة، نسبة لتأثر إخراجها بمكونات هذا الشكل، بدءًا من قطع ومساحة ونوع الورق المستخدم، وتقسيمات هذا الحجم، إضافة إلى العناصر الطباعية المستخدمة « الحروف، الصور، عناصر الفصل، الألوان » من حيث الأشكال المستخدمة فيها وطبيعة استخدام الصحيفة لها، إضافة إلى شكل ومساحة اللائحة والعنق، مرورًا برؤوس الصفحات والعناوين الثابتة، للزوايا وغيرها،

وهي ما يمكن أن يسمى بالوحدات الطباعية الثابتة، نسبة لثباتها النسبي، والتي تعمل من خلال تعاضدها مع الوحدات الطباعية غير الثابتة « المتغيرة بصفة يومية » على إيجاد وحدة عضوية قادرة على الاندماج في علاقة غير معلنة، قائمة على الربط بين ما تحتوي عليه المعطيات الصحفية، والفنية المتضمنة داخل هذا الشكل، كما تعمل على الخروج إلى القراء بشكل متميز، يعبر عن الشخصية المتميزة للصحيفة.

[ثانيًا]: [بناء الوحدات الطباعية]:

وهي المرحلة الأولى لإعداد الوحدات الطباعية الثابتة المستخدمة في إعداد الإشكال الأساس للصفحات، وغير الثابتة المستخدمة في التصاميم الأساس للصفحات، وتتم هذه العملية باستخدام العناصر الطباعية المختلفة التي تم اعتمادها عند قرار الشكل الأساسي للصحيفة « الحروف، والصور، وعناصر الفصل، والألوان. .. . الخ » بمختلف أشكالها وأحجامها، وذلك لكونها بمثابة الأدوات التي يمكن من خلالها تجسيد الرؤية الإخراجية، مثلما يظهر في بعض النماذج التي يسهم التحديد الدقيق لأشكال العناصر المستخدمة وأحجامها في بناء الوحدات في نجاح الإخراج، من خلال قدرة تلك الأشكال والأحجام على التعبير عن الأهداف، التي يتطلع إليها الإخراج في جانبيه طويل المدى الاستراتيجي أو المرحلي قصير المدى.

وعلى هذا فإن هذه المرحلة تتصل بشكل مباشر بالعناصر الطباعية من حيث إنتاجها وتطويرها والطرق المختلفة لاستعمالها.

[ثالثًا]: [إعداد التصميم الأساس للصفحات]:

وهي المرحلة التي يتم فيها تحريك الوحدات الطباعية غير الثابتة المكونة للصفحات، وتوزيعها على أجزاء الصفحات المختلفة، وذلك لكي تحقق هذه الوحدات – بجانب الوحدات الثابتة – في مجملها شكلاً إخراجيًا يعبر عن الرؤية الإخراجية الخاصة بالصحيفة، وذلك بالاعتماد على أحجام هذه الوحدات، إضافة إلى المواقع التي تنشر فيها، وهو ما يتحدد من خلال التقويم النسبي لأهميتها تبعًا لأهمية ما تحمله من مضامين، وهو ما يشير إلى أهمية دور التصميم الأساس في إنجاح عمل الإخراج الصحفي، حيث يتعين لإنجاح عمل الإخراج حسن تقدير العلاقة

المشتركة بين الشكل والمضمون من خلال تحديد أحجام الوحدات المختلفة ومواقعها ومن خلال استخدامات أشكال وأحجام معينة من العناصر الطباعية في بناء الوحدات المستخدمة في التصميم الأساس للصفحات، ذلك أن العناصر الطباعية تتآلف في علاقة قوية مع التصميم الأساس بحيث يؤدي تناسقها - من خلال النجاح في تقدير العلاقة – إلى إيجاد مزيد من التجانس بين الوحدات الطباعية المشتركة في تصميم الصفحة.

ويعتمد التصميم الأساس في توزيعه للوحدات الطباعية المختلفة على القيمة البصرية لأجزاء الصفحة، إلى جانب القيمة النسبية لهذه الوحدات، وعلى الأسس الفنية للتصميم، وهي تلك الأسس التي تستهدف تقديم جهود إخراجية وظيفية من خلال تطبيق بعض المبادئ الفنية الخاصة بها، التي تتعرض إلى بعض التغيرات بفعل التطورات التقنية في مجالات الإنتاج المختلفة، إضافة إلى تغير أذواق القراء واتجاهاتهم، على أن أهم الأسس التي يتعين النظر إليها عند وضع التصاميم الأساس للصفحات هي: « الوحدة، والتوازن، والتباين، والحركة، والتناسب. .. . الخ ».

ويتأثر الإخراج الصحفي بجوانبه المختلفة بجملة من العوامل والمؤثرات التي تتعلق ببيئة العمل الصحفي الداخلية « المتعلقة بالقدرات والإمكانات المتوفرة للصحف » والخارجية « المتعلقة بالنظم والسياسات الإعلامية والعامة في المجتمع » ويتمثل تأثير هذه العوامل هنا في كونها بمثابة المحددات الأساس للأشكال الإخراجية المقدمة من خلال التأثيرات المباشرة لانعكاساتها على إخراج الصحف

ويمكن بلورة هذه المحددات في ما يأتي:

[1]- السياسة التحريرية للصحيفة.

[2]- شخصية رئيس التحرير.

[3]- قدرات الجهاز الإخراجي للصحيفة.

[4]- القدرات التقنية المتوافرة للصحيفة.

[5]- القدرات الاقتصادية المتوافرة للصحيفة.

[6]- طبيعة المادة الصحفية أو المضمون المنشور.

[7]- تصورات المسؤولين عن الصحيفة للشكل الإخراجي الأمثل لها.

[8]- طبيعة الصحف المنافسة ومستوى الإخراج فيها.

[9]- النظام الإعلامي والاتصالي الذي تصدر فيه الصحيفة.

المداخل التقليدية والمعاصرة لإخراج الصحيفة:

أولاً- المداخل التقليدية لإخراج الجريدة اليومية:

تعتمد المداخل التقليدية، لإخراج الصحيفة، على بعض المسلمات، أو الافتراضات المبدئية، التي توجه عمل المخرج الصحفي، وهي:

1. إن المضمون الصحفي هو الأساس، في حين أن الشكل، أو المظهر، ينبغي أن يكون ثانوياً، انطلاقاً من أن توجيه الانتباه أكثر من اللازم إلى المظهر قد يكون عملاً غير مجد.
2. الأخبار القصيرة السريعة هي قلب العمل الصحفي في الصحيفة.
3. ينبغي أن تُعالج الصفحات، كوحدة متكاملة، تشترك مع كل العناصر، في تناسق ووحدة وتناغم.
4. تساعد العناوين في ترتيب أهمية المادة الإخبارية، وتحديد قيمتها، بشكل نسبي، يرشد القارئ، وينبغي أن تكون معيارية، ومقيدة، ومحددة لتحقيق التناسق بينها.
5. تدعم المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية والرسوم)، بشكل أساسي المتن.
6. ينبغي أن تتشابه الصفحة الأولى، كل يوم، مع الأيام السابقة، والتالية، حتى تكون للجريدة شخصية، من حيث المظهر.

وقد تبلور ذلك في مجموعة من المداخل أو المدارس الفنية في الإخراج، هي:

1. المدخل التقليدي أو المدرسة التقليدية:

تقوم أساساً على فكرة تحقيق التوازن، في الأشكال المطبوعة، على ورقة الصحيفة)، وتضم المدرسة التقليدية مجموعة من المذاهب الفنية الإخراجية، التي

يتميز الإخراج فيها بالهدوء، والرتابة، والبعد عن الأساليب الصارخة، أو المثيرة، في عرض الأنباء، وان تفاوتت، فيما بينها، في الأخذ بالمبادئ الأساسية لهذه المدرسة وتشمل:

أ. مذهب التوازن الدقيق.

ب. مذهب التوازن الشكلي التقريبي.

2. المدخل المعتدل أو المدرسة المعتدلة:

تقوم على التحرر، من فكرة التوازن الشكلي المفتعل أياً كان، وذلك بهدف أن يكون تحديد شكل الصفحة ملائما لطبيعة موادها، أو محتواها، بحيث تعرض كل مادة، بما يتفق وأهميتها النسبية، في حدود الفكرة التي تبنى على أساسها الصفحة، وأهم مذاهب تلك المدرسة:

أ. مذهب التوازن الشكلي التقريبي.

ب. مذهب التربيع.

ج. المذهب التركيزي.

3. المدخل الحديث.

ويتسم بالتحرر من أي تقليد طباعي، درجت عليه الصحف، أو أي قيد شكلي يُبنى عليه تصميم الصفحة وتتضمن داخلها:

أ. مذهب التجديد الوظيفي.

ب. مذهب الإخراج الأفقي.

ج. مذهب الإخراج المختلط.

ثانياً- المداخل المعاصرة لإخراج الجريدة اليومية:

وهي امتداد للمدخل الحديث، وقد تبلورت الممارسات الإخراجية، في الجريدة اليومية، منذ السبعينيات، وحتى الآن، وأسفرت عن أربعة مفاهيم رئيسية للإخراج الصحفي تلخص الرؤية الإخراجية المعاصرة.

1. مفهوم إخراج الوحدات:

يقوم على تنظيم الأخبار والموضوعات، وترتيبها في Modules، أو وحدات، يتكون كل منها، من تصميم، له وظيفة معينة. وبناء على هذا المفهوم،

يتم وضع قصة مفردة (وفي بعض الأحيان مجموعة من القصص) في مجموعة موحدة، داخل وحدة معينة، أو مكون، معزولة عن باقي الوحدات، أو المكونات الأخرى، داخل الصفحة، وعادة ما تحاط هذه الوحدة بإطار، وأحياناً تُفصل الوحدات، أو المكونات، بعضها عن بعض، بإحاطتها ببياض كبير من جوانبها الأربعة.

وللحصول على فائدة أفضل لهذا المفهوم، لا يجب أن يتم إخراج الأخبار، والموضوعات، في شكل مربع، بل في شكل مستطيل، بحيث يصبح من السهل، نسبياً، تغييرها عند الضرورة، ولا تحتاج للوضع داخل إطار، بل يمكن وضعها، داخل أي موقع، في الصفحة، على أن تفصلها جداول العمود، أو الفراغ الأبيض، أو جداول العمود متزاوجة مع الفواصل. والاتجاه السائد، الآن، هو استعمال الفراغ الأبيض.

2. مفهوم الأحجام الفنية المنوعة:

ويعود إلى كلمة Grid، التي تعني نموذجاً، من الخطوط المتقاطعة، التي تكون مستطيلات ذات أحجام وأشكال منوعة، وعلى هذا، يمكن وصفه بأنه مفهوم الأحجام الفنية المنوعة.

ويتميز هذا المفهوم بأنه لا يركز على أن تكون قمة الصفحة ثقيلة، كما في الإخراج التقليدي، بل ينفرد كل خبر، أو موضوع، بمعالجة، تتفق مع قيمته الإخبارية، ويعطي له مكانه المناسب في العرض.

وتُقسَّم الصفحة إلى مجموعة، من الوحدات غير المربعة، وغير المتساوية رأسياً وأفقياً، فقد تقسم من اليسار إلى اليمين، إلى عمودين، وأربع أعمدة، أو عمودين، وخمسة أعمدة، أو من القمة إلى القاع بشكل غير متساو.

وعلى المحرر أن يقرر مبكراً، وأن يحدد الوحدة المفردة، التي يريد إبرازها، من خلال معالجتها، بشكل مميز، داخل الصفحة، والتي ستتقاطع، مع باقي الوحدات، في شكل فني جذاب، يراعى مبادئ التصميم الحديث، يتحكم فيه المحرر تحكماً كاملاً، ولا يترك أي شيء للمصادفة.

3. مفهوم التصميم الكلي:

ويتميز عن المفهوم السابق، بأنه يهدف إلى العرض الدرامي للأخبار، والموضوعات، بشكل يجعل الصفحة المطبوعة ملفتة للنظر، بينما قد يكون مفهوم الأحجام الفنية المنوعة رمادياً ومربكاً، وغير درامي. وتتحقق الدرامية، أو العرض الدرامي للأخبار والموضوعات، من خلال التفكير المسبق فيها، قبل تنفيذها بوقت كاف، ويستند هذا على مجموعة من الخطوط العريضة هي:

تصميم شكل أساسي، أو مسودة مبدئية، لشكل الصفحة الكلية، ثم وضع المادة الصحفية فيها، بشكل مناسب. ولتوفير الوقت على المخرج، يتم تجهيز عدد من النماذج المختلفة مسبقاً، لتكون أدلة تناسب أخبار وموضوعات اليوم. ويستعمل بعضهم كتاباً، يحتوي على مجموعة أفكار، يشمل أشكالاً أساسية مختلفة وعديدة، ويستطيع المصمم اختيار واحدة منها، تناسب الأخبار، والموضوعات، التي استقر الرأي عليها. يضم هذا الشكل الأساسي للصفحة مساحات منسقة، من الأشكال المستطيلة، ذات الاتجاهات، والأثقال المختلفة، التي تمد المصمم بالفروض والنماذج، التي يحتاج إليها، في تصميم كلي، وليس هناك حاجة لأشكال غريبة التكوين.

وينبغي أن يتسم الشكل الأساسي للصفحة، بالبساطة، والسهولة في تصميمه، وعدم وجود زخارف أو ازدحام بين عناصره. وينبغي تغييره، إذا لم يتناسب مع طبيعة الأخبار، والموضوعات.

وينبغي أيضًا تقليل عدد الأخبار والموضوعات، داخل كل صفحة، لإتاحة المجال، أمام مساحات من الفراغ الأبيض، بين الأعمدة وبين العناوين والصور، وبين سطور المتن؛ لأن هذا الفراغ الأبيض يجعل الصفحة لا تبدو درامية.

4. المفهوم المختلط:

أثبتت التجربة العملية والممارسات اليومية، منذ منتصف السبعينيات، وحتى الآن، عدم تقبل رؤساء التحرير، أو محرري الإخراج، لاستعمال مفهوم، أو مدخل واحد، من المفاهيم السابقة، كنوع من المحافظة على الشكل المتميز التقليدي

للجريدة، الذي ساد، لأكثر من ربع قرن، مع السماح بإدخال بعض التعديلات أو الممارسات المعاصرة، على ممارستهم التقليدية. ومن ثم نشأ هذا المفهوم المختلط، أو بعض الأفكار الإخراجية المعاصرة، في الإخراج، التي يمكن مزجها بالأفكار التقليدية لتحديث إخراج الصحيفة. وربما تكون تلك هي نقطة الانتقال الأكثر منطقية، إلى المفاهيم المعاصرة، ويمثل هذا المفهوم استفادة من المداخل المعاصرة الثلاثة السابقة تحقق تقنيات تغيير أفضل من الوضع الراهن.

ثالثاً- المداخل الحديثة:

تطور المداخل الحديثة أسلوب إخراج الصحف، ولكنها تعالج الجريدة اليومية إخراجياً، بشكل يجعلها اقرب إلى المجلة، مثل صحافة التابلويد الإنجليزية، وجريدة USA Today الأمريكية، ويتبلور ذلك فيما أطلق عليه، مذهب ما بعد الحديث أو ما بعد الحداثة Ultra Modern، الذي يتحرر من قيود تقسيم الصفحة، إلى أعمدة. ويتكون من أشكال بالغة البساطة، ويميل إلى استخدام الموضوعات الضخمة المحاطة بإطارات، والصور الفوتوغرافية ذات الأحجام الكبيرة، مع توجيه اهتمام خاص إلى قاع الصفحة.

الفصل الثاني

إخراج صفحات الجريدة

أولاً- إخراج الصفحة الأولى:

تمثل الصفحة الأولى في الجريدة النافذة أو واجهة المطبوع، إذ تمثل هذه الصفحة أهم الأخبار والموضوعات والصور، وقد كانت الصفحات الأولى في الجرائد العربية والأجنبية تمتاز بالهدوء والبساطة، خالية من العناوين الضخمة والصور المثيرة، والألوان الصاخبة، حتى أواخر القرن التاسع عشر. ولما كانت الصحف تتوجه إلى الطبقات المثقفة والممتازة، التي تسعى وراء الصحافة سعيًا، فقد كان طبيعيًا أن تحتفظ هذه الصحف بوقارها، ولم تكن بحاجة إلى الخروج على تقاليدها، حتى لا نسيء إلى قرائها. ولا زالت صحيفة التايمز مثلاً تقع نفس الأسلوب في الإخراج الذي كانت تتبعه منذ إنشائها في الربع الأخير من القرن الثامن عشر. وبقيت بعض الصحف العربية كذلك متمسكة بأسلوب تقليدي محافظ في الإخراج مدة طويلة من الزمن؛ وذلك إرضاءً لأذواق القراء الذين يأنسون إلى الإخراج الوقور وبمجون الابتذال والتهويل.

وهكذا نرى مما سبق سيطرة التقاليد على إخراج الصحف، طالما كانت الطبقات القارئة من بين المثقفين وأمثالهم. والواقع أن الصحافة في ذلك الوقت – شأنها شأن الصحافة الرفيعة الحديثة- كانت تعد الإخراج في مرتبة ثانوية يأتي بعد العناية بالأفكار والآراء والأخبار، والأساليب الأدبية، والتعبير اللغوي، والتوجيه السياسي، والقوي وما شابه ذلك، وإذا نظرت إلى صحيفة " الجريدة " مثلاً التي كان يصدرها الأستاذ أحمد لطفي السيد، أو صحيفة اللواء، التي كان يصدرها الزعيم مصطفى كامل، وغيرها لوجدت أنها جميعًا تتشابه في الإخراج العمودي التقليدي، وأن كل صحيفة من هذه الصحف، كانت لا تحاول تغيير أسلوب إخراجها على مر السنين.

وتعطى الصفحة الأولى من الصحيفة المكانة الأولى في الإخراج فهي الواجهة التي تعبّر عن شخصية الصحيفة وتبين سياستها وتوجهاتها. وثمة مدارس ثلاث رئيسة لإخراج الصفحة الأولى من الصحف اليومية:

المدارس الرئيسة في إخراج الصفحة الأولى:

[1]- [المدرسة التقليدية]:

وهي المدرسة التي تقوم على أساس التوازن الطباعي في الشكل. وتتصف هذه المدرسة بالرتابة والبعد عن الإثارة، وفيها مذاهب كثيرة تختلف فيما بينها حول مفهوم التوازن، ومن أبرز هذه المذاهب مذهب التوازن الدقيق ومذهب التوازن النسبي.

[2]- [المدرسة المعتدلة]:

أما المدرسة الثانية فهي المدرسة المعتدلة التي تقوم على نبذ فكرة التوازن المفتعل والجامد، وتطبيق المبادئ الفنية في التعبير مع تحقيق الانسجام بين أجزاء العمل؛ لتخرج الصحيفة وحدة متناسقة متنامة، ومن مذاهب هذه المدرسة مذهب التوازن اللاشكلي الذي يتجنب قيود الشكل الهندسي، ومذهب التربيع، الذي يقوم على أساس تقسيم الصفحة أربعة أقسام متساوية، ومذهب الإخراج المختلط وهو مذهب متطرف يتعمد فيه المخرج المركز الذي يقوم على تطبيق نظرية البؤر لإبراز الموضوع الأكثر أهمية من بين سائر موضوعات الصفحة.

[3]- [المدرسة المحدثة]:

أما المدرسة الثالثة فهي المدرسة المحدثة، وهي امتداد لحركة التجديد في الفن وفي الطباعة، وتسعى إلى أن تكون الصفحة معبرة عن مضمونها تعبيراً حياً طبيعياً من دون تقيد بأي شكل أو تقليد طباعي. ومن مذاهب هذه المدرسة مذهب التجديد الوظيفي الذي يرى أن الوظيفة هي التي تحدد شكل الصفحة وبنيتها، ومذهب الإخراج الأفقي الذي يعد تطويراً لفكرة حركة العين أفقياً وليس عمودياً في أثناء القراءة، ومذهب الإخراج المختلط وهو مذهب متطرف يتعمد فيه المخرج تحطيم كل قيود الشكل، ولا يرى.

الاتجاهات التجديدية الحديثة في إخراج الصفحة الأولى:

شهد إخراج الصفحة الأولى في الصحافة المعاصرة العديد من التطورات تبعًا لتأثير عوامل تطور الإخراج الصحفي، وبالاستفادة من نتائج الدراسة العملية التي أجريت في هذا المجال، وقد تبلورت التطورات في شكل ظهور اتجاهات حديثة في مجال إعداد الأشكال والتصاميم الأساس للصفحات وفقًا لما يلي:

[1]- [استحداث صفحة أولى بديلة]:

يتم في هذا الاتجاه العمل على أن تكون للصحيفة صفحتان أوليتان رئيسة وبديلة، ولهذا الاتجاه أربع حالات هي:

أ- تخصيص الصفحة الأولى لوحدة طباعية هامة جداً ومميزة:

تتناول هذه الوحدة موضوعاً له أهمية خاصة، مثل تقرير إخباري حول قرارات مهمة تهم قطاعات كبيرة من الجمهور، أو خطاب ملكي أو رئاسي مهم جداً، أو حدث خطير أو مصيري، حيث تفرد الصفحة الأولى لموضوع معين له أهمية نسبية، بحيث يتكون الشكل الأساس للصفحة إلى جانب الوحدات الثابتة فيها من وحدة طباعية واحدة غير ثابتة، تتناول هذا الموضوع على أن تتكون هذه الوحدة من عناصر طباعية عدة، مع إمكانية الاكتفاء بهذه الصفحة لعرض كامل محتويات هذه الوحدة، أو استحداث صفحة داخلية لنشر متن الوحدة كاملاً، حيث تلجأ بعض الصحف لشغل الصفحة الأولى ببعض العناوين والصور الخاصة بهذه الوحدة التي أفردت لها الصفحة.

وتعمل الصحف على استحداث صفحة أولى بديلة (غالبًا تكون الصفحة الثالثة)، لتنشر فيها الوحدات المتعلقة بالأحداث الأخرى على أن تتضمن هذه الصفحة العناصر الطباعية الثابتة في الصفحة الأولى الرئيسة مثل، رأس الصفحة، أو اللافتة سواءً بشكل كامل، أو مصغر، وهذه الحالة غالبًا مؤقتة.

ب- تخصيص الصفحة الأولى للأخبار العالمية المهمة:

يتم في هذه الحالة تخصيص الصفحة الأولى الرئيسة للأخبار العالمية المهمة، إضافة إلى أهم الأخبار المحلية، على أن تفرد الصفحة الأولى البديلة، وهي غالباً الثالثة لأهم الأخبار المحلية كما في جريدة عكاظ السعودية، وتستخدم بعض

الصحف لهذه الصفحة لنشر الوحدات المتعلقة بالأحداث الدولية والمحلية الأقل أهمية على السواء.

وتكون الصفحة البديلة كالأولى من حيث العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة، أو اللافتة، سواءً بشكل كامل أو مصغر، وهذه الحالة دائمة.

ج- تخصيص الصفحة الأولى للأخبار الجادة المهمة:

في هذه الحالة تخصص الصفحة الأولى للموضوعات الجادة السياسية والاقتصادية مع نشر بعض الموضوعات غير الجادة في حالات قليلة تبعاً لأهميتها، على أن تنشر الأخبار الطريفة والخفيفة وأخبار الاكتشافات، ومقالات الرأي في الصفحة الأولى البديلة، والتي غالباً ما تكون الأخيرة، مثل: جريدة الشرق الأوسط.

وفي هذه الحالة أيضاً يتم تكرار العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة، أو اللافتة في الصفحة البديلة، وهذه الحالة دائمة.

د- تصميم الصفحة الأولى على شكل غلاف مجلة (أسلوب الملصق):

يكثر هذا الاتجاه في الصحف الأسبوعية، والصحف النصفية، والملاحق، والأعداد الأسبوعية، من الصحف اليومية كما في صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية المصرية.

ولا يستخدم هذا الأسلوب كثيراً في الصحف اليومية لصعوبته، وعدم تناسبه مع العمل اليومي في الصحافة اليومية، حيث تصمم الصفحة الأولى الرئيسية بشكل مشابه لأغلفة المجلات من خلال تركيز أهم الموضوعات السياسية، والاقتصادية، والرياضية، والمحلية في وحدات إخبارية قصيرة ونشر التفاصيل داخل العدد، أو نشر وحدات إشارة لأهم الموضوعات داخل العدد، مع إيثار موضوع معين بأهمية خاصة من خلال الصور الكبيرة، والعناوين، والألوان، والتأثيرات، والمعالجات الطباعية الخاصة.

ورغم تصميم بعض الصحف الصفحات الأولى من أعدادها الأسبوعية على شكل أغلفة، إلا أنها تلجأ لتصميم صفحة أولى بديلة عن الصفحة الأولى الرئيسة التي اعتبرتها بمثابة الغلاف، وذلك لاستيعاب الوحدات الخاصة بأهم الأحداث

المستجدة، وتستخدم الصحف النصفية هذا الأسلوب نظرًا لمحدودية مساحة صفحاتها.

وفي هذه الحالة تخصص الصفحة الثالثة غالباً كصفحة بديلة، ويتم أيضاً تكرار العناصر الطباعية الثابتة مثل رأس الصفحة أو اللافتة في الصفحة البديلة، وهذه الحالة دائمة أو مؤقتة حسب الصحيفة.

[2]- [العمل بنظام المركز البصري لجذب القراء للوحدة الرئيسية]:

كانت التصاميم التقليدية للصفحات تقوم على أساس وضع الوحدة الرئيسة في الصفحة في الركن العلوي الذي تبدأ منه القراءة على اختلاف هذا الركن بين اليمين واليسار تبعًا لاختلاف اللغة، مع وضع الوحدة الأقل أهمية في الركن الآخر، وهكذا حتى الانتهاء من توزيع بقية الوحدات عبر الصفحة.

إلا أن الدراسات الحديثة أحدثت تحولاً كبيرًا في هذا المجال، حيث أوضحت أنه يجب العمل على إيجاد مركز بصري قادر على جذب انتباه القراء، ووضع الوحدة الرئيسية فيه، بدلاً من وضعها في الموقع المعتاد الذي يبدو ثابتًا بما يكسب الصفحة طابعاً رتيباً مملاً، وأشارت تلك الدراسات إلى أن هذا المركز البصري يقود سلوك القراء البصري نحو الوحدات الأقل أهمية بالإضافة إلى جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالوحدة الرئيسة.

وأثبتت تلك الدراسات أن القراء لا يتجهون مباشرة للوحدات المنشورة في الجزء العلوي من الصفحة، وإنما يتحدد اتجاه بصرهم للوحدات على ضوء قدرتها على جذب انتباههم دون الارتباط بمواقعها من خلال استخدام الوحدات الطباعية التي لها القدرة على ذلك مثل: الصور والحروف وأشكالها المتعددة، والألوان، والمساحة المتاحة للوحدة الطباعية، والتأثيرات الطباعية المختلفة.

ويجب التنبه إلى ضرورة أن يتم إبراز مركز بصري واحد في الصفحة، لأن وجود أكثر من مركز واحد في الصفحة يؤدي إلى تنازع هذه المراكز على اهتمام القارئ مما يربكه ويشتت انتباهه، كما يجب أن يكون هناك نوع من التباين بين العناصر الطباعية المكونة لوحدة المركز البصري، مع محاولة تجنب فصل هذه

الوحدة عن غيرها من الوحدات خوفاً من أن يؤدي ذلك إلى تعامل القراء معها على أساس أنها وحدة مستقلة غير ذات صلة ببقية الوحدات مما يقلل من دوره في قيادة القراء إلى بقية الموضوعات.

[3- [البناء الأفقي للوحدات المنشورة والبناء الرأسي للوحدات القصيرة]:

وذلك لقدرة هذا البناء على إبراز الوحدات المنشورة والتماشي مع مسرى حركة العين وتقليل الوقت المطلوب لقراءة الوحدة المنشورة، وقد عرفت الاتجاهات الأفقية بفعل تأثيرات التحرير الصحفي المرتبط باهتمامات القراء وبالذات بعد وقوع الحرب الأهلية الأمريكية عام 1864، بالإضافة إلى ظهور الصحافة الصفراء واستخدام العناوين العريضة والممتدة والسماوية، ولاقت هذه الاتجاهات شيوعًا كبيرًا في الصحافة المعاصرة.

ويتم ذلك بامتداد العنوان على أكثر من عمودين، وحركة الوحدات الطباعية بالاتجاه الأفقي ودمج الأعمدة أفقياً، وبالإضافة إلى ذلك يمكن نشر بعض الوحدات رأسياً خصوصاً الوحدات القصيرة والتي يتناسب معها هذا البناء، وهذا يتوافق مع ما توصلت إليه الدراسات الحديثة من أن البناء الرأسي للوحدات يتناسب مع بعض الوحدات الخاصة بموضوعات معينة، مثل الإشارات الخاصة بمحتويات الأعداد والعرض الموجز لنتائج المباريات الرياضية، مع تأكيد تلك الدراسات على أن تبدو الوحدات المبنية بشكل رأسي قصيرة.

ومن مزايا هذا الاتجاه:

- تحقيق التباين بين الوحدات الأفقية والرأسية القصيرة، وبينها وبين شكل الصفحة الرأسي.
- إحياء النصف السفلي من الصفحة باستخدام العناوين الممتدة.
- إتاحة قراءة الصحيفة مطوية.
- إتاحة نشر الموضوعات كاملة دون الاعتماد على ترحيل بقاياها إلى الصفحات الداخلية.
- مراعاة المسرى الطبيعي لحركة العين، وبالتالي تيسير عملية القراءة.

- توفير قدر مناسب من المساحات البيضاء المطلوبة لإنارة الصفحة.

[4]- [بناء الوحدات وفقاً لنظام الكتل المتماسكة أو الوحدات المتعامدة]:

وهو الطريقة التي تقوم على أساس بناء الوحدات وفقًا لأشكال هندسية منتظمة ومستقلة عن غيرها من الوحدات، حيث أثبتت الدراسات تفضيل القارئ لهذه الطريقة ولاسيما في الصحف ذات الأعمدة الستة.

ومن مزايا هذا الاتجاه في بناء وحدات الصفحة:

- تسهيل حركة أعين القراء عبر الصفحة تبعاً لمعرفتهم ببداية ونهاية الوحدات المنشورة، وذلك بالاستفادة من البناء الأفقي المستقل لكل وحدة.
- البعد عن تداخل الوحدات مع بعضها البعض وهو ما كان يؤدي لتشتت القارئ.
- حفظ وقت القارئ، نتيجة للتنظيم الجيد الناتج عن العمل وفقًا لهذه الطريقة.
- تسريع عمليات الإنتاج والتصميم على الحاسب الآلي وذلك في إطار البناء السريع للوحدات، وكذلك في حالة استبدال وحدة منشورة بأخرى.
- إيجاد نوع من التوازن عبر الصفحة وكسر حدة الرمادية الناتجة عن كثرة المناطق السوداء بسبب طول المتون الخاصة بالوحدات المختلفة.
- إيجاد قدر من التباين بين الوحدات المختلفة من خلال التنويع في العناصر الطباعية ووسائل الإبراز، والاتساعات التي تصف بها الوحدات.

[5]- [الاعتماد على الإرشادات والفهارس والإشارات بدلاً من ترحيل البقايا]:

أشارت الدراسات الحديثة إلى أن ما بين 60- 90٪ من القراء لا يواصلون قراءة بقايا متون وحدات الصفحة الأولى المنشورة في الصفحات الداخلية، إلا إذا كانت في غاية الأهمية بالنسبة لهم، وإن قرءوها فقد لا يعودون لمواصلة الاطلاع على بقية وحدات الصفحة الأولى، حيث من الممكن أن تجذب انتباههم بعض الوحدات المنشورة في الصفحات الداخلية، بالإضافة إلى صعوبة التنقل بين الصفحة الأولى وصفحة التتمات مرات عدة في ظل القراءة المتأنية.

ولـذلك يمكـن اسـتخدام وحـدات الإشـارة أو الفهـارس، وهـي الوحـدات الطباعيـة الهادفـة إلى الإشـارة إلى تـضمن عـدد الجريـدة في صـفحاته الداخليـة الموضوعات الجديرة بالمطالعة والاهتمام من قبل القراء، والتي قد تكون دائمة أو حسب المناسبة.

وتتقسم الإشارت والفهارس إلى أنواع عدة هي:

- **القائمة البسيطة:** التي تقوم على أساس تقديم عناوين بعض الموضوعات (داخل إطار) مقرونة بأرقام الصفحات الداخلية المنشورة فيها.
- **القائمة المصورة:** وهي قائمة لعدد من أهم الموضوعات داخل العدد مرفقة بصور تعبر عن الموضوع ورقم الصفحة.
- **الملخص القصير:** ويتم فيه تقديم عرض مختصر عن أهم الموضوعات المنشورة في الصفحات الداخلية مقرونة بأرقام الصفحات الداخلية المنشورة فيها دون الاكتفاء بعناوين هذه الموضوعات فقط.
- **الإشارات:** تقوم على أساس نشر بعض العناوين الكبيرة الخاصة بموضوعات معينة ذات أهمية خاصة منشورة في الصفحات الداخلية مع نشر أسماء وأرقام الصفحات الخاصة بهذه الموضوعات.
- **العناوين السماوية:** وهي عناوين تعلو اللافتة وتنشر بعرض الصفحة الأولى مع رقم الصفحة.

[6]- [التقليل من الإعلانات التجارية]:

يواجه هذا الإجراء باتجاهين متناقضين الأول: يتمثل في رغبة قسم التسويق بالصحيفة في تحقيق أعلى دخل مالي من الإعلانات جراء إقبال المعلنين على الإعلان في الصفحة الأولى، والثاني يتمثل في رغبة الصحيفة في الفصل التام بين المواد التحريرية والإعلانات، وعدم اقتطاع الإعلانات مساحة كبيرة من الصفحات وبالذات الصفحة الأولى.

ويواجه الإكثار من الإعلانات في الصفحة الأولى انتقادات عدة منها: أنه يتعارض مع رغبة القراء في مطالعة المواد التحريرية لأنه يجذب انتباههم عنها،

والصحافة تهدف للإعلام لا الإعلان، كما تؤثر الإعلانات الجاهزة والمساحة التي تشغلها على حرية المخرج في التصميم وتحد من إبداعه.

وتبعاً لذلك يميل الاتجاه الحديث إلى أهمية التقليل من الإعلانات التجارية، وخصوصاً في الصفحة الأولى، كما فعلت صحيفة الـ **Times** البريطانية، وصحيفة الأهرام المصرية اللتان تنشران إعلانات قليلة جداً وصغيرة الحجم في الصفحة الأولى، في حين عمدت جريدة Wall Street Journal الأمريكية إلى عدم نشر إعلانات على الإطلاق في صفحتها الأولى.

ولضمان عدم تأثير هذا القرار على مدخلات الصحيفة من الإعلانات، خصوصاً أن أعلى الإعلانات سعراً هي في الصفحة الأولى، يمكن للصحيفة زيادة أسعار الإعلانات في الصفحة الأولى أو استحداث صفحة أولى بديلة، ومن الضروري أن تزيد الصحيفة من الصفحات التي تلقى رواجاً إعلانياً حتى لا تؤثر الإعلانات على المادة الصحفية المنشورة، ويمكنها كذلك عمل ملاحق إعلانية حتى لا يؤثر كم الإعلانات المنشورة على مدى الإشباع الذي تحققه الصحف لقرائها.

بناء رأس الصفحة:

يرتكز مفهوم بناء رأس الصفحة و(العنوان الرئيس) في الصحف وفق مبدأ توجيه بناء العناصر و الأشكال والتراكيبات الشكلية، والدلالية لتجسيد هوية تحمل خصوصية التوجه الفكري لأي من الصحف، إذ تحمل دورًا جوهريًا في تحديد مدركاتنا وأحاسيسنا نحو هذه الصحيفة أو تلك.

لذا يمكن أن يعد الإخراج الصحفي اللغة البصرية المعبرة عن المجتمع أو الشعوب، لذلك عندما نباشر بناء هيكل الصفحة الرئيسة (الأولى) لابد لنا أن نعبر عن هويتها وخصوصيتها في التوجيه الثقافي والفكري، إذ يرتبط إخراج رأس الصفحة للصحف في فلك الخطاب الثقافي الحديث الذي يسهم في تشكيل هوية الصحيفة، بما نملكه من أدوات فكرية وشكلية، تمكننا من تحقيق التميز والرسوخ في ذاكرة القارئ لتلك الصحف.

والمخرج الصحفي لا يسعى لأن يقدم رمزًا اتصاليًا فحسب، بل يتوخى تقديم أكثر من الوظيفة الرمزية خلال بناء رأس الصفحة الأولى الاشهارية، إذ يعتمد قدرته الابتكارية لتوجيه معالجاته التقنية الاظهارية سواء التصميم اليدوي أو الآلي (الحاسوب)، لتضفي أبعاد تعبيرية عن مجمل التوجيهات الفكرية الثقافية خلال صفحات الصحيفة، وبما تؤشر السياسات الخاصة لهذه الصحيفة أو تلك فهو يعمد إلى تأسيس بيئة سيكولوجية معتمدة على الأفكار الموجهة خلال الصحف الثقافية، ويستند وفقا لها توجيه بناء عناصره الرمزية المكونة لرأس الصفحة بما يحقق الرسوخ وسرعة التعرف عليها لدى المتلقي، و الناتج عن إظهار تكوين مرئي متوافق مع المحيط المنتخب لهذه الصحف ألا وهو المتلقي.

من هنا نجد أن المصمم قد منح توجيها لتكوين الهوية الاشهارية مبتدعًا نواتج المؤثرات الأساسية في تجسيد الفكرة الثقافية الموجهة خلال صحيفته، بدراسته لكافة المعطيات والمقومات الحضارية، والأحداث الآنية وإمكانية تواصله مع المستحدثات التقنية في العالم من حوله. إذ إن بناء الخصوصية للهوية الاشهارية لأحدى الصحف لا تكون حالة مفتعلة أو ترفًا فكريًا أو شعارا اجتماعيا أو سياسيا، بل هي حقائق موضوعية يبرزها التوجيه البنائي بما يشكل بحثا مستمرا لموازنة تميز (رأس الصفحة الأولى) زمانيًا ومكانيا عن غيرها، وذلك من خلال مواكبة المصمم للتطورات الحضارية والتاريخية والأحداث الآنية المؤثرة على عوامل الاتصال الحضاري والذي يحدث بين فئات متنوعة من توجهاتها الفكرية والثقافية والاجتماعية.

من هنا يمكن القول، لا يمكن تجسيد فكرة الاتصال من بناء رأس الصفحة بوصفها تمتلك تأكيدًا شكليًا راسخ، إلا بامتلاك القدرة في حرية التعبير عن خصوصية توفير الأنموذج المتكامل لتوحيد فاعلية مجمل التعابير الشكلية والمضامين المتوخاة خلالها، لإبراز معطيات التوافق بين الشكل الظاهر للصفحة الأولى والمضامين الفكرية لمجمل التوجهات الفكرية للصحيفة ككل، إذ إن بناء رأس الصفحة الأولى بوصفه عملية اتصال ابصارية إدراكية يتداخل

خلالها التفسير، والتحليل على أن لا يحدث اغتراب العناصر الموظفة عن المحيط البيئي والحضاري والمجتمع الموجهة نحوه، إذ يعتمد خلاله التوجيه الفكري للتواصل نحو الصحيفة.

إذ يشتمل بناء رأس الصفحة توجيه البناء الاتصالي والتعبير والاعتناء بصياغة الأفكار شكليا لترابط العناصر الشكلية والرمزية بحسب مستوى أدائها الوظيفي في الصحف. وهنا نجد أن عملية التكيف البنائي للوحدات التيبوغرافية (لرأس الصفحة الأولى) في الصحف تعتمد البساطة أساسًا والتركيز لتوفير التحفيز الابصاري نحوها دون حالة التشويش الإدراكي، بما يضمن وضوح التوجهات الفكرية لسياسة الصحيفة المستقى عن مضمون اللافتة، إلى جانب الموازنات الفاعلية للمضامين الفكرية لتنوع الوحدات الرمزية خلالها، ليؤسس تناغما تعبيريًا جاذبًا، ناتج عن الانسجام والوحدة الموضوعية لمجمل العناصر المكونة للصفحة الأولى.

وهنا نجد أن المضامين الكامنة والموجهة في رأس الصفحة الأولى، ومجمل عناصر الصفحة الأولى لابد وان ترتبط بالبنية الكلية، " ذلك أن المعنى الدلالي لأي شكل لا يظهر إلا من خلال تضافر علاقاته مع الوحدات (التيبوغرافية) الأخرى، ضمن النسق الذي يوجد فيه، أي ضمن بنيته الكلية"، بهذا تعمل البنية على تأشير طبيعة الخواص الشكلية والفكرية لتوجيه نظام من العلاقات أو تقديم نمط بيئي تصميمي محدد من خلال توجيه الفكرة الأساسية للصحيفة. حيث لا يؤدي رأس الصفحة الأولى بوصفه عنصرًا دلاليًا، إذا ما اقتصر دوره الوظيفي ليكون مفتاحًا متروكا في الصفحة نفتح به مدخلا حين تعوزنا الخبرة الذوقية الكاملة، فرأس الصفحة الأولى تعد مدخلا يحمل مضامين كامنة إلى عالم الشكل الدال. ولا تكون مفيدة ما لم تكون مندمجة ومستوعبة خلال مجمل العلاقات الدلالية التعبيرية للوحدات والعناصر الإعلامية المنتظمة ضمن فضاء للصفحة الأولى.

محددات بناء اللافتة الاشهارية:

إن تحقيق أهداف رأس الصفحة الأولى في الصحف تعتمد بناء الصلة بين الصحيفة والمتلقي لتأكيد عوامل التحفيز الابصاري والإدراكي، ولابد من الاستناد على القواعد العلمية لاتخاذ القرارات في مجال بناء رأس الصفحة الأولى شكلاً ومضموناً، ومن أهم هذه المحددات: -

[1] – [الفكرة]:

إن توجيه تجسيد الفكرة وإمكانية امتدادها نحو الواقع، كونها ذات طبيعة استدعائية تمتد نحو المخزون المعرفي لمدركات القراء ومدى استجابتهم لها، أي إمكانية بناء اللافتة للصفحة الأولى تحمل تميزاً وخصوصية، باستحداث واقع دلالي مرتبط بتطابق المحفزات الابصارية والصور الذهنية المدركة عنها، فالتواصل الموجه ذو مستوى عالي من الفاعلية لابد أن يحمل وضوحاً لتوافق أدائية عناصره الدالة، تمنحه القدرة على التحفيز والشد اللازم للتأثير على قراء جدد؛ أي أنها عملية الإعداد لوضع الهياكل الوظيفية والجمالية الكامنة في وحدتها المرئية بوصفها أساسًا للجانب الإعلامي والتعريفي في الصحف

[2]- لنقطة الارتكاز(النقطة المحورية)]:

وهي النقطة التي تكون بمثابة المفتاح للتصميم، أو الإخراج الصحفي، إذ إنها تمثل النقطة الأولى التي يسقط عليها نظر القارئ، ألا وهي اسم الصحيفة (الترويسة) التي يشترط أن تكون النقطة الأكثر جذبًا منذ الوهلة الأولى.

[3]- [الشكل الدال] Significant form:

وهو عملية تشكيل بنائي خاص، مستنبط من تفاعل رمزية الخطوط، والإشكال، والألوان، ويعبر عن المضامين الموجهة لسياسة الصحيفة، بما تحمله هذه التشكيلة من قدرة تعبيرية على نحو يثير انفعالاً جماليًا وموضوعيًا "كامنا" فيها، على سبيل المثال:-

الرقة، الأناقة، التحدي، المأساة، الجلال، الهيبة وغيرها توجد خلال رأس الصفحة الأولى على مستوى الكمون، وتنبثق من العلاقات الديناميكية للعناصر البانية لها.

وهو هنا لا يعتمد على تحديد أو تميز جزء واحد في المجال المرئي، وإنما بما تثيره خصائص هذا الجزء من إثارة مباشرة، وفاعلية ربطه مع الأجزاء الأخرى لأدراك وحدتها المرئية المنتظمة للانتقال والربط بين الأجزاء، للتتابع والراحة البصرية الميسرة في تسلسل التلقي لهذه النواتج الشكلية ورسوخها في الذاكرة لربطها بإحدى الصحف.

وبهذا تكون العوامل السيكولوجية المحققة للانفعالات العامة نابعة من تضافر علاقات رموز العناصر البانية لرأس الصفحة الأولى "الشكل، اللون، الاتجاه، الملامس المرئية،الحجم،الموقع" وطبيعة الانفعال (السيكولوجي) للمتلقي تعتمد على طبيعة المعنى الناتج عنها.

من هنا نجد أن طبيعة الرسالة الاتصالية في رأس الصفحة الأولى تعتمد " نظاماً موحداً لقواعد اتصالية متفق عليها " قابلة للفهم المشترك من قبل الباعث والمستلم في آن واحد، وتتكون هذه الأنظمة من رموز وعلامات، ما هي إلا نتاج حضارة ومجتمع معين وتحمل قدراً من الخصوصية الثقافية، على الرغم من احتمال وجود جوانب مشتركه مع الصحف الأخرى بما تلزمها القواعد العالمية لبناء رأس الصفحة الأولى في الصحف.

[4]- [الأصالة]:

إن المبدأ الرئيس من تصميم رأس الصفحة الأولى في الصحف هو محاولة تميز الصحف عن بعضها البعض، تلك التي تمتلك ذات التوجيه سواء كان ثقافيًا، أو اجتماعيًا، أو سياسيًا، مما يعني أن رأس الصفحة الأولى في بنائها التصميمي لابد أن يكون فريدًا ومميزًا، ومن جانب آخر لابد وأن تحمل في صفاتها ووحداتها البنائية اختلافًا كليًا عن باقي الصحف الأخرى ليسهل التعرف عليها والرسوخ في ذاكرة القارئ لتميز هذه الصحيفة عن تلك، على أن يتغير اسم الصحيفة ومحتواها خلال فترات زمنية متقاربة إذ نجد أن الفترة الزمنية هنا تكاد تكون بضعة أشهر مما يحدث إرباكا لدى القارئ في إدراك هويتها

ومرجعيتها على الرغم أنها تابعة للجامعة ذاتها، إذ لابد من إيجاد أسباب لاتخاذ إجراءات الاستفتاء العامة لغرض تغيير عناوين الصحف، وهو ما يتبع في مجمل الدول العربية والعالمية.

[5]- [التبسيط] Simplification:

ويعد التبسيط قاعدة أساسية لبناء رأس الصفحة الأولى الدالة للصحف، إذ يسعى المخرج تسليط الأضواء نحوها، من خلال تصفية المحيط والتخلص من التفاصيل الكثيرة المؤدية إلى إضفاء تأويلات تتعارض مع المضامين الموجهة لبناء الرسالة الاتصالية فيها. إذ لابد للعناصر التيبوغرافية أن تحمل دلالة مباشرة لتحقيق نقطة جذب مركزية أو مفتاح دلالي محدد، يحقق التوافق الهرموني بين الأجزاء البانية للصفحة يؤدي للاستقطاب الابصاري نحوها بما يتوافق مع أهداف الرسالة الإعلامية الموجهة.

[6]- [الانتباه والحركة]:

أن عملية التلقي والربط أو أقامة الصلة التي ندعوها بالحسية البنائية هي التي تمكننا من الاستجابة، إذ بعد الاستيقاف للجذب الابصاري، لا بد من توجيه الانتباه وتحويله نحو المفاتيح الأخرى في رأس الصفحة، عندها تحدث الحركة لتبادل العلاقة بين عملية الاستقطاب الابصاريClues ، أن هذه المفاتيح الأولى وعملية توجيهها، في تعاقب العناصر للإلمام بالوحدة الموضوعية لمجمل بنية رأس الصفحة الأولى، وإمكانية تحولها نحو العناصر التيبوغرافية الأخرى.

[7]- [الجذب البصري] Visual Stimulus:

يسعى المخرج الصحفي إلى استمالة أهواء القراء والتعرف على متطلباتهم الفكرية والحسية واستحداث ما يمكن أن يؤدي لإشباع هذه المتطلبات واستثارتها بأحداث التميز والتجدد بإضفاء مواقع محفزة يرتبط جزء منها برمز أو دلالة واقعية يألفها القارئ، يسعى المخرج الصحفي إلى تأكيد بناء خصائصها الشكلية والرمزية لإضفاء وحدة دلالية تحمل تنوعاً مرئياً جاذباً.

قد يؤدي التكثيف الشكلي في الصفحة الأولى إلى تشويش في المدركات الحسية، وتتوج بفوضى إدراكية في تتابع القراءة، إلى جانب تراجع مرجعية تحديد هوية الصحيفة، حين يلحظ القارئ تعدد مواقع الإزاحات البصرية يمين ويسار الوحدة التعريفية الرئيسة (اسم المجلة) الذي اتخذ هيئة تشكيل أيقوني يمكن اعتباره شعارا ولكنه ابتعد عن فعاليته الوظيفية في إمكانية استلامه بوصفه عنوان وهوية تعريفية للصحيفة، أو شعار للمؤسسة الداعمة، فقد اتخذ شعار الجامعة موضعا إلى أعلى هذه التشكيلة الايقونية، الذي على الرغم من تصغير أبعاده إلا انه احدث منافسة أخرى مع اسم الصحيفة (الترويسة (الذي من المفترض تأكيد المضمون النصي له، إلا انه افتقد إلى الوضوح والمقروئية بدوره.

[8]- [الاختزال] Reduction :

وتستند حالة الاختزال في بناء رأس الصفحة الأولى الاشهارية على انتخاب الأشكال الأساسية التي تتحمل عبء عملية التواصل والجذب الابصاري، وعملية بناء الأشكال يخضع هنا إلى مبدأ الفكر التحليلي لتأسيس نظام اتصالي في التحفيز والاستقطاب نحو وحداته الدلالية يدعم رسوخها وسرعة الاستدلال عليها، الامر الذي يؤكد على توظيف عناصر دلالية واضحة ومباشرة في معناها الرمزي، تشكل مرتكزا في إسناد القوة الأدائية لرأس الصفحة الأولى.

فالمصمم هنا يمتلك الحرية والقدرة على ابتكار صيغ متعددة ومتنوعة في إظهار الهوية التعريفية لصحيفته، ويستند التأكيد للتوافق التعبيري الدال، ضمن المذهب الاختزالي للتحكم في إنشاء علاقاته الفكرية، إ ذ يخضع رأس الصفحة الأولى لعملية التحليل الجزئية للتكوين العام، من ثم يعمد إلى استحداث بناء تركيبي وعلاقات ربط جديدة تقدم رؤى وأبعاد فكرية محفزة للمدركات الحسية والفكرية لدى القارئ، بتكييف بناء عناصره بعملية الاختزال الجزئية، والتي تشمل التلاعب بمجمل الخصائص البانية لها او (البعض منها) كالشكل، واللون، و الملمس،، والأبعاد، والقيمة الضوئية، الاتجاه) وإعادة علاقة ربطها دعماً

للبناء الكلي، يسفر عنه تحول لتكوين نظام بنائي جديد يمنحه قوة أكثر على التواصل مع القارئ. وهذا يفترض في إخراج رأس الصفحة الأولى باستخدام أقصى حالات الاختزال لتوفير الحد الضروري من المعلومات دعمًا لفكرة الاتصال للصحف الإعلامية وتحقيق التشبع الإدراكي والرسوخ لها في أقصر وقت ممكن.

[9]- الموقع position:

يعد تحديد موقع رأس الصفحة الاولى من المتطلبات الأساسية في تنظيم مجمل المواقع خلال الصفحة بما تشكله من تكوين مركز جذب خاص بها، تؤسس نظاماً مركزياً واسع مهيمن على مركز القوى للوحدات التيبوغرافية الأخرى يجذب القوي فيها الضعيف، وكلما ابتعدت عن الخط المحوري كانت أكثر استقلالية وقوة.

[10]- التناسب:

ويتضمن التناسب بين اسم الصحيفة واتجاهها الفكري، إذ لا ينبغي أن تحمل رأس الصفحة الأولى عنوانًا مخالفًا "لمضمونها أو توجهها الفكري، خاصة الصحف المتخصصة الرياضية.

وقد حدد" تشيجولد" عدد من المبادئ لبناء رأس الصفحة الأولى نوردها بما يلي :-

1- تشكيل الحروف من خلال المتطلبات الوظيفية في عملية التوجيه الفكري إلى جانب الإلمام بالنواتج للطباعة التقنية لأي من التشكيلات الحرفية، على اعتبار أن اسم الصحفية تركيب لفظي أولاً وبناء تيبوغرافي ثانياً، فهي تضم عدداً من الحروف ترسم بطريقة خاصة بها، تدعم علاقة تميز الصحيفة.

حيث كانت معظم الصحف سابقا تتخذ لرأس الصفحة الأولى ذات الحروف الطباعية للنصوص الكتابية الأخرى، وبأتساع أكبر نوعًا ما، بما يتوفر لدى المطبعة دون الأخذ بنظر الاعتبار التنوع الشكلي و البناء الدلالي اللازم لها وفق التوجه الفكري للصحيفة.

إذ إن من شروط الإخراج الفني التقني في توظيف أنواع الخطوط (الفونتات) كثيرة في تصميم واحد، واقتصارها على ثلاثة أو أربعة أنواع وهذا لا يعني أننا لا يمكن توظيف أنواع أكثر ولكن لابد من البحث عن سبب مقنع لهذه الحالة، على سبيل المثال لا يستطيع المخرج الصحفي توظيف أكثر من نوع خط للكل؛ لأن ذلك يؤدي إلى تشويش القارئ ويعطي الإحساس بالبعثرة.

2- أن الهدف من اعتماد التنوع في بناء رأس الصفحة الأولى عن العناصر التيبوغرافية الأخرى لأحداث التواصل (الجاذبية الابصارية والرسوخ الإدراكي)، إذ لابد أن تظهر بأسهل وأكثر الأشكال فاعلية باعتماد الرمز الثابت المطابق لتوجهها الفكري في الاستقطاب.

3- حتى تؤدي رأس الصفحة الأولى غاياتها المنشودة، فإن جوهرها يحتاج تنظيم داخلي (ترتيب محتوى لوتنظيم خارجي) انتخاب التقنيات الطباعية المناسبة لها).

الوحدات العلامية في رأس الصفحة الأولى typographic units

اسم الصحيفة (اللافتة):

اسم الصحيفة تركيب لفظي يوضح الاتجاهات العامة والخاصة للصحيفة، جريدة أو مجلة، وهو من أهم الوحدات الطباعية التي تميز شخصية الصحيفة التي تعد عنصراً تيبوغرافياً أساسيًا في بناء الصفحات، وتحديد هيكلها العام، وتحرص الصحف على اختيار أسماء صحفها ضمن حدود طابعها التيبوغرافي ومذهبها الإخراجي وهو أول العناصر التيبوغرافية التي تجذب اهتمام القارئ، إذ يمثل نصف العناصر التيبوغرافية المقروءة على الصفحة الأولى تقريبا، لذا يسعى المخرج إلى إبرازه بطرق متعددة. وهو من وجهة نظر الإخراج الصحفي "عنصر تيبوغرافي أساسي في بناء الصفحة وتحديد هيكلها العام فهو يساهم في تجميل الصفحة، ويعد المفتاح الرئيس لتأكيد هوية ومرجعية الصحيفة.

ولابد ان تكون هناك مهارة وحرص على الكتابة بلغة بسيطة ذات كلمات ومعان مألوفة ومتداولة بشكل عام، حتى تصل أكبر نسبة من الجمهور القارئ بمختلف المستويات الثقافية. والواقع أن اسم الصحيفة لا يخرج عن كونه –

إن صح التعبير – مسألة اجتماعية فإنه يحقق هوية الصحيفة حتى يسهل الرجوع إليها، أو إدراكها، وبذلك يكون في وسع القارئ التعرف عليها من النظرة الأولى في أكشاك البيع.

قد تظهر بعض الصحف - بعد مرور وقت ليس بالقصير – إرباكًا في انتخاب أسماء صحفها، فقد يلحظ بعض المهتمين أن اسم الصحيفة الرئيس لم يحدد اتجاهيته ومرجعيته بوصفه عنوانًا إشهاريًا لهذه الجهة أو تلك، وعليه فإن بعض أسماء الصحف تجعل القارئ يبحث ويتقصى عن هوية هذه الصحيفة وما هو انتماؤها.

الحروف والكلمات:

إن عملية تشكيل النصوص الكتابية وبنائها في رأس الصفحة من اسم الصحيفة. لذا يتوخى المصمم اعتماد الخطوات التالية دعما لمستوى الأداء الوظيفي لأي منها.

أ – يضفي المصمم دعمًا لتسهيل مقروؤية نصوصه الكتابية من خلال استخدام حروف بسيطة متحاشيا الحروف المعقدة و الزخرفية، التي غالبًا ما تحدث ابتعادًا عن طبيعة الوظيفية في حالة الزيغ الابصاري والارتداد نحوها، دون حالة التتابع للمسح الابصاري الأولي، ألا وهو تشويش المدركات عن طبيعة التوجه لعملية الاتصال المباشرة والرسوخ لاحقا.

حيث تمثل بعض النماذج غياب الهوية الاشهارية، التي يتخذونها تشكيلا ايقونيا من المفترض أن تحدد تطابقًا دلاليًا لانتماء هذه الصحيفة أو تلك، والتي قد يلحظ المهتم أن بعض المخرجين الصحفيين يعتمدوا تعددًا لأنماط حروف وأبناط متنوعة تشغل الحيز الفضائي المخصص لاسم الصحيفة، وان كانت معالجاتهم التقنية لأحداث الشفافية بوصفها خلفية فضائية حاوية للعنوان الأساس، إلا أنها قد توجد عددًا من الارتدادات والزيغ البصري نحوها، الأمر الذي يفقد السيادة المركزية نحو العنوان الذي لا يمكن للقارئ إدراك مرجعيته والتعرف عليه لاحقا.

ب - يتوخى المصمم، أو المخرج الصحفي دعمه لقياس الحروف الكتابية سواء بتكبير أبعادها أو تصغيرها، تبعا لطبيعة مستواها الوظيفي خلال رأس الصفحة الأولى، إذ يؤدي تنوع الأنباط التباين بين اللونين الأبيض والأسود من خلال التفاوت في كثافة سمك الحرف بين العنوان والمقدمة والمتن والإبراز في داخل المتن، يؤدي هذا الأمر إلى راحة عين القارئ الذي ينجذب إلى العنوان ثم المقدمة الملخصة ثم للخبر.

ت - إحداث التناغم والتناسب لمجمل العناصر في رأس الصفحة الأولى ضمن فضائها، بما يتيح منح القارئ متعة الاسترسال في تتابع محتوياتها للانتقال بيسر وسهولة من موقع الشد الابصاري الأول ألا وهو اسم الصحيفة الرئيس، و من ثم الانتقال إلى العناصر الاتصالية الأخرى، حيث يتم تحديد مواضع الأشكال والمساحات في شكل جمالي معين.

ث - يتوخى اختيار توظيف الحروف المناسبة مع اختيار الشكل المناسب لها (البنط و الفونت) من شأنه أن يضفي سمة بارزة للصحيفة، ويساعد المخرج على تقديم المضمون في شكل مريح للقراءة. وتختلف الصحف في استخدام الحروف من حيث الحجم، بل إن هناك صحفاً اتخذت لنفسها نمطاً معيناً وثابتاً من الحروف.

الشعار:

يعد الشعار واحدًا من أهم العناصر أو المكونات لاسم الصحيفة التي تمتاز برمزيتها ذات اللغة الابصارية المدركة والمرتبطة باتجاهات وسياسات الصحيفة، إذ يتخذ المصمم خلال وسيلته الاتصالية عددًا من الرموز الدالة، يتم الاتفاق على تفسيرها وربطها بالفكرة، بحيث تكون أساس عملية التعريف للصحيفة؛ كي تعبر عنها بصورة واضحة ومفهومة بحيث تؤكد في النهاية عملية الاتصال. وتمثل الحاجة لتأكيد العلاقة المستمرة بين الصحيفة والقراء ليؤدي دورا فاعلا في تميز الصحيفة ورسوخها في ذاكرة القراء، وتمثل حاجة قائمة للصحف للتعريف بمرجعية منشأها والتأكيد على الهوية والخصوصية، فهي بحاجة إلى " الشعار " الذي يميزها عن الصحف المنافسة والمشابهة لها.

أساليب الإخراج الصحفي الأكثر حداثة:

1-الإخراج القائم على الأعمدة:

قد تلجأ الصحف لحاجتها لاستيعاب أكبر عدد ممكن من الأخبار لأسلوب الإخراج القائم على الأعمدة المتجاورة والمتداخلة، والتي تحمل موضوعات قصيرة،" خاصة الصفحات الإخبارية "ويحقق هذا الأسلوب نوعًا من التناسب والتماثل، ولكنه يحتاج إلى مهارة خاصة حتى لا تتحول الصفحة إلى أعمدة متراصة تصطدم فيها عناوين الموضوعات مما يضعف تأثيرها في النهاية.

2-الإخراج الانسيابي" الحر أو الوظيفي:"

يقوم هذا الأسلوب على أساس وظيفي وهو" دع الشيء يؤدي غرضه"، وهذا الشكل حر من أي قيد بمعنى أن هناك قدر أكبر من المرونة في توزيع موضوعات الصفحة، وهذه الحرية لا تعني الخروج عن القواعد، ولكن تعني الإبداع والحرية في تنفيذها". وهذا الأسلوب غير نمطي، ولا يتقيد بموضوع ثابت لرؤوس الصفحات ولا بأشكال الصور ومساحتها حيث يبني المخرج صفحته بتوزيع العناصر التيبوغرافية بحسب درجات الثقل المختلفة لكل عنصر، ومحاولة إحداث التوازن بين الثقيل والخفيف، من ناحية أخرى يتحرر هذا الأسلوب من قيد الأعمدة التقليدية ويعتمد على طرح مساحات بياض أكبر بين الموضوعات واستخدام الصور بمساحات كبيرة تخدم الموضوعات، كما يعتمد وبدرجات متفاوتة على استخدام بعض عناصر الإبراز داخل الموضوعات وبشكل يخرجها عن نمطيتها.

وهو أسلوب يحتاج خبرة ومهارة من المخرج الصحفي حتى لا تتحول صفحاته إلى فوضى لا تحكمها القواعد، كما أن هذا الأسلوب يحتاج ذوقًا وحسًا فنيًا وفكرًا متجددًا من جانب المخرج الصحفي حتى لا يجد نفسه أسير فكرة واحدة متكرر باستمرار.

3-أسلوب الدعامة (الحاضن):

تم اشتقاق اسمه من المسند أو الدعامة التي تسند الرف إلى الحائط، ويقوم هذا المخطط على أساس استخدام نظرية النقط البؤرية استخدامًا جزئيًا لإبراز الموضوع الرئيسي فوق سائر الموضوعات على الصفحة، وعلى ضوء ذلك يرتكز الثقل فوق ركن واحد فقط هو الذي يحتله هذا الموضوع. أما بقية الصفحة فترتب بشكل يسند بروز ووضوح الموضوع الرئيسي، حيث ترتب العناوين بشكل قطري تجعل العين تتحرك طبيعيًا إلى زاوية الصفحة اليمنى العليا، وترى أن هذا المخطط يعتمد على موازنة الزوايا المتقابلة في الصفحة، من خلال التعويض للأوزان بشكل قطري.

كل ما تقدم من هو بعض من كل المذاهب الإخراجية، التي قد يعتمد المخرج الصحفي على أحدها دون آخر، وقد يزاوج بين مذهبين أو قد يستفيد من زوايا أحد المذاهب ويطورها بشكل إيجابي واضعًا في اعتباره أن القواعد ليست قيدًا على عمله الإبداعي بقدر ما هي إطار ثابت يتحرك بداخله.

توزيع الموضوعات:

يقوم المخرج الصحفي بتوزيع العناوين والصور والنصوص والفواصل على الأعمدة وفق قياسات محددة

ومتنوعة، وهو في ذلك يضع نظامًا لتوزيع الموضوعات يتكرر في كل يوم بشكل قابل للتنوع والتجديد وفقًا للسياسة الإخراجية لكل صحيفة.

1-أسلوب توزيع الموضوعات العمودي المتداخل (المتكسر):

يسمح للمخرج بتوجيه كتل الحروف والعناوين والصور بحرية تامة تبدو الموضوعات متداخلة فيما بينها، والمخرج الصحفي عندما يصمم بهذه الطريقة فإنه يأخذ بعين الاعتبار ألا يشوش القارئ، حيث يتعذر عليه أن يرى تكملة الموضوع عندما ينتقل إلى العمود الذي يلي العمود الذي كان يقرأ فيه، وسبب إتباع المخرجين لهذا الأسلوب من الإخراج هو سرعة التنفيذ، حيث لا يتطلب الأمر

من المخرج الصحفي التأني في قياس كتل المادة. وتسمى هذه الطريقة أيضًا بطريقة الأعلام، حيث تبدر الصفحة وكأنها عبارة عن أعلام متقاطعة.

2 –أسلوب توزيع الموضوعات الأفقي:

يرى الباحثون أن الصفحة الحديثة هي الصفحة الأكثر جاذبية، وهي امتداد للتطورات التي حدثت بعد الحرب العالمية الثانية، حيث أصبحت أكثر بساطة وسهولة للقارئ، وأقل ازدحامًا وأكثر وضوحًا، وتحمل عناوين رئيسية أقل تعقيدًا، وهذه الصفحات نشأت كحاجة وظيفية أعطت سمات متكررة كل الصحف بصفحاتها ومخططاتها، ومن الملاحظات المتكررة عن السمات الوظيفية لإخراج الصفحات الحديثة هي طريقة الإخراج الأفقي، وهو تجسيد لفكرة مسرى العين الأفقي أثناء القراءة، وقد بدأ الأمر مجرد محاولة للتخلص من القيد القديم الذي كان يعتبر العمود وحدة الصفحة الأساسية.

ويقوم التخطيط الأفقي بإحداث تباين جميل مع المحاور الطبيعية العمودية لصفحة الجريدة، هذا يتم باستخدام العناوين العريضة ووضع النص والصورة تحت العنوان، لخلق وحدة مغلقة، تتراكم الوحدات على بعضها وتمتلئ الصفحة كما لو أن هناك كتل لبناء حائط، ولا يعني ذلك أن تكون جميع الوحدات التي تشترك في بناء الصفحة أفقية، فكثيرًا ما يستخدم الصحفي معها بعض الوحدات التي تجمع على عمود لتحقيق شيء من التباين وللفصل بين الكتل الأفقية. وهذا الأسلوب يجعل التصميم أكثر مرونة، ويعطي عرضًا جيدًا لعدد من النصوص والعناوين، كما أن نصفي الصفحة يقرآن عندما تكون الجريدة مطوية، والإخراج الأفقي يوفر التوازن ما بين أعلى وأسفل الصفحة، كما أن كتل الموضوعات المغلقة تقلل من استخدام الفواصل والخطوط التي تحد من الوضوح ويسر القراءة.

إخراج الصفحة الأولى في الجرائد:

تمثل الصفحة الأولى في الجريدة النافذة أو واجهة المطبوع، إذ تمثل هذه الصفحة أهم الأخبار والموضوعات والصور، التي ترقى بمستواها الفني

والتحريري؛ و تجذب القارئ لشراء الصحيفة، وهي الباب الذي ينفذ منه قراء الصحيفة؛ ليطلعوا على محتوياتها كافة، مثلما تعكس جوانب الصحيفة الممتلئة في شخصيتها الخاصة، والمرتبطة بسياستها التحريرية، التي يتحدد على ضوئها الشكل الأساس للصفحات.

وتبرز أهمية إخراج الصفحة الأولى أكثر في ظل المنافسة الإعلامية الشرسة بين الصحف من جهة، وفيما بين الصحف والفضائيات والإنترنت من جهة أخرى.

وعلى المستوى الدولي والعربي شهد إخراج الصفحة الأولى تطورات متلاحقة عبر مراحل عدة ارتبطت في مجملها بمجموعة من العوامل مثل:

- تطور تكنولوجيا الطباعة عالميًا بتجاوزها مراحل الطباعة البارزة والأوفست إلى الطباعة الرقمية الحديثة.
- استخدام تكنولوجيا الإنتاج الرقمي في تجهيز ما قبل الطبع بما تشمله من برامج لمعالجة الكلمات والصور وبرامج التصميم.
- التوسع في استخدام الألوان الطباعية.
- تحسن نوعية الورق مع ارتفاع أسعاره في الوقت ذاته.
- حدوث تعديلات متكررة حول قطع الجريدة ما بين العادي والنصفي، والاتجاه نحو التحول للقطع النصفي.
- بروز الصورة الصحفية في عصر تسوده الثقافة البصرية.

الوحدات الثابتة في الصفحة الأولى من الجرائد:

تتكون الصفحة الأولى من وحدات طباعية عدة ثابتة تتكرر بشكل يومي لفترة طويلة نسبيًا، تمثل الشكل الأساس للصفحة، وأخرى غير ثابتة تتمثل في الوحدات التي تستجد بشكل يومي.

وتتكون الصفحة الأولى من الجرائد من:

1- رأس الصفحة :

هو شريط ضيق أعلى الصفحة يحتل حوالي 11 % من مساحة الصفحة، وتؤيد الدراسات الحديثة تضييقه بحيث لا يحتل عرض الصفحة بالكامل،

ويمكن تحريكه ليبدو في موقع أسفل قليلاً، بحيث تستغل أعلى الصفحة لنشر وحدات مثل العناوين السماوية، وقد تحتل اللافتة يمين أو يسار رأس الصفحة بدلاً من الوسط.

ويتكون رأس الصفحة من العناصر الثابتة التالية:

[1]- اللافتة :

وهي اسم الصحيفة أو عنوانها، وقد تتكون من الاسم فقط، وقد يضاف إليه الشعار أو الرمز، ويراعى في اختيار نوع خط الاسم أن يكون متميزًا ومختلفاً، كما يراعى أن يتناسب نوع الخط المستخدم مع مضمون الصحيفة وقرائها، وغالباً ما تكون اللافتة ملونة، المهم أنه يجب الحفاظ على الثبات.

[2] - الأذنان :

هما حيزان يقعان على يمين ويسار اللافتة في حالة وضعها في وسط رأس الصفحة أو حيز واحد يقع على يمين أو يسار اللافتة في حالة وضعها على أحد الجانبين، وغالباً ما يوضع حول الأذن إطار، ويتم تخصيص الأذن لنشر إما بيانات الصحيفة كاسم الناشر وهيئة التحرير والمراسلات والموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني.

وقد تنشر فيه الإعلانات لأهمية هذا الموقع، أو وحدات إخبارية مثل آخر خبر، أو ينشر فيه إشارات لبعض الوحدات المنشورة المهمة داخل العدد، وقد تتجه بعض الصحف خاصة النصفية إلى إلغاء الأذنين.

[3] - العنق:

وهو شريط ضيق جداً يقع أسفل رأس الصفحة ويفصل بينه وبين جسم الصفحة، وقد يوضع في إطار وتحته أرضية ملونة متميزة، وبعض الجرائد تعمد حاليًا إلى التجديد في طريقة إخراجها من حيث المكان والتصميم.

أنواع الصفحة الأولى من حيث عرض الموضوعات:

تعمد الصحف إلى جعل صفحاتها الأولى واجهة لاستهواء وإثارة القارئ لكي يقبل على قراءتها، وهناك أدوات متعددة لتأدية ذلك من خلال عرض العناوين والصور، وهناك ثلاثة أنواع مميزة لعرض الموضوعات، ولا يشترط أن تكون هذه حدودًا فاصلة، إذ يمكن الجمع بينها، وهذه الأنواع هي:

[أ]- الصفحة الأولى الإخبارية :

وهذا النوع هو الشائع في الصحف، حيث تحمل الصفحة الأولى أهم أخبار اليوم، إضافة إلى الافتتاحية، ويكتفي المخرج بوضع فهرست لعرض محتوى الأخبار الداخلية.

[ب]- الصفحة الأولى بأسلوب الملصق:

حيث يجعل المخرج الصحفي كل مساحة الصفحة الأولى عبارة عن صورة تعبر عن حدث مهم، وهذا الأسلوب يلجأ إليه المخرج الصحفي في المناسبات التاريخية، وهو شائع الاستخدام في الصحافة النصفية أكثر منه في الصحافة بالحجم الاعتيادي.

[ج]- الصفحة الأولى بأسلوب الكولاج:

وهو أسلوب يستخدم عادة في الصحف النصفية لضيق مساحة الصفحة التي لا تكفي لعرض مجمل أخبار اليوم، لذلك يقوم المخرج الصحفي بتحويل هذه الصفحة إلى فهرست مصور يستعرض أهم الأحداث الموجودة على الصفحات الداخلية للجريدة من خلال تقسيم الصفحة إلى مساحات مصورة مع عناوين ونصوص بسيطة.

أنواع الإشارات والفهارس:

وتنقسم الإشارات والفهارس إلى أنواع عدة هي:

أ –القائمة البسيطة:

وهي التي تقوم على أساس تقديم عناوين بعض الموضوعات (داخل إطار) مقرونة بأرقام الصفحات الداخلية المنشورة فيها.

ب - القائمة المصورة:

وهي قائمة لعدد من أهم الموضوعات داخل العدد مرفقة بصور تعبر عن الموضوع ورقم الصفحة.

ج - الملخص القصير:

ويتم فيه تقديم عرض مختصر عن أهم الموضوعات المنشورة في الصفحات الداخلية مقرونة بأرقام الصفحات الداخلية المنشورة فيها دون الاكتفاء بعناوين هذه الموضوعات فقط.

د- الإشارات:

تقوم الإشارات على أساس نشر بعض العناوين الكبيرة الخاصة بموضوعات معينة ذات أهمية خاصة منشورة في الصفحات الداخلية مع نشر أسماء وأرقام الصفحات الخاصة بهذه الموضوعات.

هـ -العناوين السماوية:

وهي عناوين تعلو اللافتة وتنشر بعرض الصفحة الأولى مع رقم الصفحة.

و- التقليل من الإعلانات التجارية:

يواجه الإكثار من الإعلانات في الصفحة الأولى انتقادات عدة منها :أنه يتعارض مع رغبة القارئ في مطالعة المواد التحريرية؛ لأنه يجذب انتباههم عنها، كما تؤثر الإعلانات الجاهزة والمساحة التي تشغلها على حرية المخرج في التصميم وتحد من إبداعه، حيث يؤثر الموقع المخصص للإعلان على باقي المواقع التي يضطر لها المخرج في تقديم مادته التحريرية لأسباب تتعلق بإخراج الإعلان وعناصره التيبوغرافية من جهة، وأولويات نشر المادة الصحفية من جهة أخرى، والتي قد يتم التضحية بها كلها أو بعضها خضوعًا لسلطان الإعلان وهيمنته إلى حد اقتحام المساحات يمين ويسار أسفل الصفحة الأولى، وبحيث تترك المساحات الإعلانية على الصفحة الأولى في الجريدة شكلاً غير منتظم في ترتيب المادة الصحفية، ما يؤدي في النهاية إلى أشكال إخراجية متكسرة، ومتداخلة وهرمية.

ولما سبق فإن نشر الإعلان في الصفحة الأولى يمثل قيدًا إخراجيًا كبيرًا على المخرج الصحفي، أما في حالة نشر الإعلان فقد ينحصر اهتمام المخرج الصحفي في تجنب نشر صورة صحفية مجاورة لصورة الإعلان وهيئته الشكلية الملونة، فلا يحدث الإبراز المطلوب للموضوع الصحفي المصور، أو ينحصر اهتمام المخرج في الإفلات بحيز أو مساحة ما يضع عليه قصة إخبارية بعيدًا عن زحام إعلاني يسيطر على الصفحة.

وقد يفرض على المخرج اتجاهًا إخراجيًا بعينه احتكامًا للشكل الذي يأخذه الإعلان على الصفحة الأولى وبعرض الصفحة بالكامل، فارضًا شكلاً أفقيًا في الإخراج.

وتؤكد بعض الدراسات الإخراجية أنه كلما اقتصرت الإعلانات في الصفحة الأولى على الأذنين كلما سمحت للمخرج الصحفي بحرية أوسع وسيطرة أكبر على تصميم المادة الصحفية، كما تؤيد هذه الدراسات نشر الإعلانات في الحيز الأسفل من النصف الثاني من الصفحة الأولى وبعيدًا عن خط المنتصف أو الطية، وبشكل أفقي منتظم ما يسهل مهمة المخرج الصحفي في بناء وتصميم الصفحة الأولى.

ورغم ما سبق إلا أن بعض الصحف العربية تنشر إعلانات في الصفحة الأولى وبمساحة قد تصل إلى ثلث المساحة الكلية لهذه الصفحة وبأشكال غير منتظمة في معظمها، وبهذا تصبح الصفحات الأولى في صحف عربية عدة نسخًا نمطية في أعدادها المختلفة بفعل سياسات تحريرية ضاغطة ومساحات إعلانية خانقة وحركة محدودة لدى أغلب المخرجين الصحفيين.

وتبعاً لذلك يميل الاتجاه الحديث في إخراج الصفحة الأولى إلى التقليل من الإعلانات التجارية وخصوصاً في الصفحة الأولى، كما فعلت صحيفة Timesالبريطانية، وصحيفة الأهرام المصرية اللتان تنشران إعلانات قليلة جداً وصغيرة الحجم في الصفحة الأولى، في حين عمدت جريدة Wall Street Journal الأمريكية إلى عدم نشر إعلانات على الإطلاق في صفحتها الأولى.

ولضمان عدم تأثير هذا القرار على مدخولات الصحيفة من الإعلانات خصوصاً أن أعلى الإعلانات سعرًا هي في الصفحة الأولى، بحيث يمكن للصحيفة زيادة أسعار الإعلانات في الصفحة الأولى أو استحداث صفحة أولى بديلة، ومن الضروري أن تزيد الصحيفة من الصفحات التي تلقى رواجاً إعلانياً حتى لا تؤثر الإعلانات على المادة الصحفية المنشورة، ويمكنها كذلك عمل ملاحق إعلانية حتى لا يؤثر كم الإعلانات المنشورة على مدى الإشباع الذي تحققه الصحف لقرائها.

وعمومًا فقد بدت بعض الملامح والاتجاهات الإخراجية تأخذ طريقها للقائمين والمهتمين بالإخراج الصحفي، ويمكن في هذا المقام أن نبرز هذه الملامح والاتجاهات الإخراجية العربية والدولية في إخراج الصفحة الأولى بما يلي:

- يغلب الاتجاه نحو الإخراج الأفقي لمحتوى الصفحة الأولى، وما يتبع ذلك من استخدام العناوين العريضة والممتدة.
- المزاوجة بين استخدام الصور والرسوم في الصفحات الأولى، إلا أن الصورة الكبيرة في مساحتها في القصة الإخبارية الرئيسية تظل هي السمة والعلامة المميزة وبشكل يفوق استخدام الرسوم في الصحيفة، كما يلاحظ اتجاه الصحف الدولية الأجنبية إلى توظيف الرسوم المعلوماتية في صفحاتها الأولى جنبًا إلى جنب مع الرسوم الكاريكاتيرية، على عكس الصحف العربية التي لا تهتم بذلك سواء على صفحاتها الأولى أو الداخلية.
- التوسع في استخدام اللون في الصفحة الأولى، وبشكل مبالغ فيه في الصحف العربية مقارنة بالأجنبية.
- التوسع في نشر محتويات العدد في إطار مستقل يأخذ الشكل العرضي الأفقي في معظم الصحف العربية والأجنبية، في وقت تزاوج فيه بعض الصحف بين الاتجاهين الأفقي والرأسي في نشر إشارات ما بداخل العدد بالصفحة الأولى.
- تصميم الصفحة الأولى على شكل غلاف مجلة.

- المزاوجة بين استخدام الإطارات والفواصل الطولية والعرضية في الفصل بين المواد الصحفية على الصفحة الأولى، وبين عدم استخدامها نهائيًا، وبحيث يصبح البياض هو وسيلة الفصل الوحيدة بين موضوع وآخر على الصفحة الأولى.

إخراج الصفحات الداخلية:

رغم الأهمية الكبيرة للصفحة الأولى في الصحيفة، إلا أن ذلك لا يعني إغفال أهمية الصفحات الداخلية، التي تعد بمثابة المتجر نفسه، إذا اعتبرنا أن الصفحة الأولى هي واجهة المتجر، ولا يعني الاهتمام بالواجهة إهمال المتجر نفسه؛ ولذا فالمخرج مطالب بالاهتمام بالصفحات الداخلية بكل مناسب، وتتبع أهميتها من الأسباب الآتية:

- تمثل الصفحات الداخلية المساحة الأكبر المتاحة، أما الصحيفة لتلبية اهتمامات القراء المتنوعة.
- تمثل هذه الصفحات المساحة الأكبر لنشر الإعلانات التي تعد المورد الرئيس لدخل الصحف المعاصرة، وخاصة في ظل الاتجاهات الحديثة، التي تقلل من الإعلانات في الصفحة الأولى.

ومن المعروف أن عدد الصفحات الداخلية بدأ يتزايد تدريجيًا، فبعد أن كان عدد صفحات الصحيفة أربع صفحات قديمًا، وكانت الصفحة الأولى تخصص للمقالات، والأخيرة للإعلانات، وصفحتي الوسط للأخبار، تزايدت أعداد الصفحات في الصحف تدريجيًا حتى وصلت إلى أكثر من عشرين صفحة.

وبعد الحرب العالمية الثانية تزايدت بشكل مطرد، وبدأت الملاحق والصفحات المتخصصة في الظهور إلى أن وصل الأمر بعدد الصفحات في صحف بريطانية وأمريكية إلى المئات في أيام العطل الأسبوعية، وهذا الأمر يستدعي الاهتمام بإخراج الصفحات الداخلية، وإتباع أساليب جديدة في إخراجها.

مراحل إخراج الصفحات الداخلية:

[إخراج الإعلانات وتوزيعها]:

وهو أول عمل ينفذه المخرج في الصفحات الداخلية، حيث يقوم بتوزيع الإعلانات على الصفحات الداخلية، بحسب مناسبتها للصفحة، وحسب السياسة الإعلانية المتبعة، والإعلانات هي المورد الرئيس للدخل في الصحف المعاصرة المستقلة، وهو الضمان لاستقلالها عن الضغوط والتمويل الخارجي، ولذا فالصحيفة تباع مرتان: مرة بالتوزيع، ومرة بالمساحة الإعلانية، ومن هنا اهتمت الصحف بإخراج الإعلانات وتنسيقها بشكل فني وجذاب.

ومن المعروف أن الإعلان يستمد قيمته من المادة التحريرية المجاورة، ولذا نجد أسعار الإعلانات مختلفة من صفحة لأخرى تبعًا لأهميتها؛ ولذا تعمل الصحيفة على الاهتمام بالمادة التحريرية والإعلان بما يحقق المساواة بينهما في قوة العرض والتطبيق أكبر قدر من أسس التصميم لتحقق الانسجام بينها.

ومن الخطأ فصل الإعلان عن المادة التحريرية، حيث تقوم بعض الصحف بوضع الإعلانات في صفحة مستقلة، ولهذا الإجراء بعض الإيجابيات مثل استقلالية المواد التحريرية عن الإعلان؛ وبهذا نرضي القراء الذين يشترون الصحيفة لقراءة ما فيها من مواد تحريرية، ويتيح أيضًا للمخرج تقديم رؤية إخراجية مميزة بإعطاء الأهمية النسبية لكل مادة تحريرية دون صعوبة، مثلما يسهم في طباعة الصفحات أو ملاحق إعلانية، إلا أن نظرية تجاور الوحدات التحريرية والإعلانية هي السائدة انطلاقًا من قناعة المعلن بأهمية تجاورهما.

ويبدأ عمل المخرج في الصفحات الداخلية بتوزيع الإعلانات على الصفحات بحسب طبيعتها، حيث تنشر الإعلانات الموجهة لفئات معينة في الصفحات المتخصصة لهذه الفئات، ويلتزم برغبات المعلنين في وضعها على صفحات أو مواقع معينة، ويدفع المعلن مقابل هذه الرغبة مبالغ إضافية عن ثمن الإعلان، ويراعي المخرج عند تصميم الصفحة الاطلاع على الإعلان والعناصر المكونة له، وأن يخطط الأسلوب الذي يتمن فيه إخراج الصفحة؛ ليتناسب مع أسلوب إخراج الإعلانات، وأن يختار ما يناسب كليهما لإحداث التوازن والتباين والانسجام.

2- أساليب إخراج الإعلانات في الصفحات الداخلية:

[أ]- [أسلوب نصف الهرم]:

وتوزع الإعلانات بموجبه على أحد جانبي الصفحة؛ لتشكل نصف هرم معتدل قاعدته في الأسفل، ويشترط أن تكون أحجام الإعلانات متفاوتة، وهو من أكثر الأساليب شيوعًا، ومن مميزاته:

- يتم إبراز جميع الوحدات الإعلانية من خلال ملامستها جميعًا للمادة التحريرية.
- يوفر وقت المخرج ويسمح بكتابة عناوين ممتدة وعريضة؛ لأنه لا يصل لرؤوس الأعمدة.
- يرضي المعلن حيث إن الإعلان الصغير يكون في الأعلى وبذلك يتم إبرازه.

[ب]- [أسلوب نصفي الهرم]:

وهو أفضل من السابق، حيث توزع الإعلانات على جانبي الصفحة لتأخذ شكل نصفي هرم معتدلين قاعدتهما في الأسفل، وما بينهما من فراغ يترك للمواد التحريرية، ومن مميزاته:

- إبراز أكبر عدد من الإعلانات وملامستها للمواد التحريرية.
- الإعلانات تقع خارج مركز الصفحة، الذي يكون على هيئة هرم مقلوب.

[ج]- [أسلوب المستطيل]:

وفيه تصف الإعلانات المتساوية الحجم فوق بعضها بعضًا على أحد جانبي الصفحة، ومن عيوبه دفن الإعلانات أسفل المستطيل.

[د]- [أسلوب المستطيلان]:

وفيه تصنف الإعلانات المتساوية الحجم فوق بعضها بعضًا على جانبي الصفحة، وله نفس العيب في أسلوب المستطيل.

[هـ]- [أسلوب نصف الهرم والمستطيل]:

ويلجأ إليه المخرج عند وجود إعلانات بعضها متساوٍ، وبعضها متفاوت الحجم، فتنتشر الإعلانات المتساوية فوق بعضه بعضًا على أحد جانبي الصفحة، فيما تنتشر المتباينة على شكل نصف هرم على الجانب الآخر من الصفحة، الفراغ بينهما يخصص للمواد التحريرية، ومن عيبه أن الإعلانات أسفل المستطيل تكون مدفونة.

[و]- [الأسلوب العشوائي (الارتجالي)]:

وتوزع فيه الوحدات الإعلانية دون ترتيب معين فتختلط بالمواد التحريرية، وهو أقل الأساليب استخدامًا؛ لأن لع عيوب كثيرة منها:

- تداخل الوحدات التحريرية مع الإعلانية، مما يربك القارئ ويشتت انتباهه.
- تنافر الوحدات التحريرية والإعلانات من ناحية الطباعة تبعًا لتباين الأثقال مما يجعل الصفحة تبدو مفككة وغير متجانسة.

ثانيا- إخراج الوحدات الثابتة:

بعد انتهاء المخرج من توزيع الإعلانات وإخراجها، يقوم بإخراج الأبواب والزوايا والأركان الثابتة، وبالذات في الصفحات المتخصصة، حيث إن التبويب هو سمة العصر؛ لذا فقد أخذت الصحافة الحديثة بالتخصص، ومن المهم أن يشعر القارئ بثبات هذه الوحدات واستمرارية صدورها بنفس الطريقة حتى يتعود عليها ويألفها، وهذه الوحدات الثابتة هي:

[أ]- [الأركان والزوايا والأبواب الثابتة]:

والأركان الثابتة من معالم المطبوعات الصحفية، التي تخصص جزءًا من مساحتها لأبواب ثابتة، يخصص لها موضع ثابت، ومساحة ثابتة لأغلب الأحيان.

ويمكن تعريفها بأنها "ركن ثابت ذا موقع ثابت من الصفحة التي ينشر فيها، من حيث المكان والعنوان، والعناصر التيبوغرافية المستخدمة طبقًا لنوعية التبويب هل هو يومي أو أسبوعي".

وتوضع الأركان الثابتة في إطار يبرزها عن المواد التحريرية المجاورة، وتحرص الصحف على استخدام أرضية للركن الثابت.

ويشترط في الأركان الثابتة المحافظة على ثبات دورية الصدور، واستخدام موقع ثابت من الصفحة التي تشر فيها، بالإضافة إلى ثبات العنوان الذي قد يكون مكونًا من الحروف فقط، أو يصاحبه رسم ثابت، وثبات بقية العناصر التيبوغرافية المصاحبة.

[ب] – [الأعمدة والافتتاحيات الثابتة]:

المقال الافتتاحي هو مقال "يقوم على شرح الأخبار والأحداث اليومية وتفسيرها، والتعليق عليها، بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه الأحداث والقضايا الجارية في المجتمع".

وقد تراجع مكان المقال الافتتاحي من الصفحة الأولى إلى الصفحات الداخلية، ويقوم على كتابته رئيس التحرير، أو كبار الكتاب في الجريدة.

أما العمود الصحفي فهو « مساحة محدودة من الصحيفة تضعه تحت تصرف أحد كبار الكتاب، يعبر من خلاله عما يراه من آراء، أو أفكار فيما يراه من قضايا وموضوعات ومشاكل وبالأسلوب الذي يرتضيه ».

وتخصص الصحف جزءًا من مساحتها لأعمدة ثابتة، يكتبها بعض مشاهير الكتاب والمحررين، ويكتب العمود أحيانًا في الصفحة الممتازة الأخيرة أو الثالثة أو الخامسة، بحسب ما يعتاد عليه القراء.

ويراعى في تصميم عناوينها الثبات من حيث الحجم وشكل الحروف، وينشر تحت عنوان ثابت، ويظهر في موعد ثابت، يومي أو أسبوعي، ويميز نص العمود بالبنط الأسود بنفس حجم حروف باقي الصفحة.

ومن المهم في المقالات العمودية والافتتاحية الثابتة أن تحافظ على دورية صدورها، وثبات الصفحة التي تنشر فيها، والموضع من الصفحة، والعناصر التيبوغرافية المرافقة لها مثل: الإطارات والأرضيات، والألوان والرسوم المرافقة للعنوان الثابت وعدد الأعمدة التي يحتلها المقال.

[ج]- [الصفحات المتخصصة]:

يأتي حرص الصحف اليومية على نشر الأبواب والصفحات المتخصصة لتلبية احتياجات القراء على اختلاف أمزجتهم واهتماماتهم بهدف زيادة التوزيع وتلبية أكبر قدر من احتياجات القراء واهتماماتهم، بهدف زيادة التوزيع وتلبية أكبر قدر من احتياجات القراء واهتماماتهم، ومن أهم الصفحات المتخصصة التي تلقي شعبية لدى القراء الصفحة الرياضية والاقتصادية.

وعمومًا تنقسم الصفحات المتخصصة إلى أربعة أنواع، بحسب:

- **التخصص**: مثل الفنية والعلمية.
- **الجمهور**: مثل المرأة، والطفل، والشباب وغيرها.
- **الفن الصحفي**: مثل التحقيقات والتقارير والأحاديث الصحفية.
- **المكان**: مثل المحليات، والدولية، والعربية، والإسرائيلية.

ويجب أن يتم إخراج الصفحات المتخصصة بطريقة تحافظ على ثباتها، من خلال ثبات صدورها، أرقامها، وأعدادها، ووحداتها، وعناصرها التيبوغرافية الثابتة.

الفصل الثالث

إخراج العناصر الطباعية

العناصر الطباعية:

وهي العناصر التي يمكن من خلالها تجسيد الرؤية الإخراجية، وذلك بالاعتماد على أشكالها، وأحجامها وطرق توظيفها، حيث تشترك العناصر الطباعية في بناء الوحدات الطباعية، وذلك باستخدامها في جميع صفحات الصحف.

ولقد مرت العناصر الطباعية، فيما يتعلق بطرق إنتاجها واستخدامها بمراحل عديدة ذات ارتباط وثيق بالتطورات المهنية والتقنية التي شهدتها عمليات إنتاج الصحف، إضافة إلى التغيرات التي طرأت على اتجاهات واهتمامات القراء وعاداتهم القرائية تبعًا لما أثبتته الدراسات الحديثة في هذا المجال، وعلى هذا ونظرًا للطبيعة الخاصة بكل عنصر من العناصر الطباعية، فإنها تتعدد بالنظر إلى سماتها الخاصة، وقدرتها الاتصالية وطرق ومتطلبات إنتاجها وتنقسم إلى:

إخراج الحروف:

تعد الحروف أهم العناصر الطباعية، حيث تمثل المادة الأساس للإخراج الصحفي، تبعًا لكونها أداة التعبير عن المتون الصحفية، التي تعد المادة الأهم في سياق المضامين المقدمة في الصحافة، ولقد شهدت صناعة الحروف العربية تطورات كبيرة خلال السنوات الماضية، حتى أسفرت عن اكتشاف العديد من أشكال الحروف المعاصرة، ولاسيما مع التطورات الكبيرة في مجال الاستعانة بالحاسبات الآلية في جمع الحروف بأنواعها وأحجامها المختلفة، مثلما يحدث الآن في برامج الصف الآلي، وبرامج إنتاج الصفحات.

ولعل هنا من المناسب الإشارة إلى أن نجاح الحروف في أداء دورها المهم في سياق بناء الوحدات الطباعية، يستدعي أن تكون الحروف المستخدمة واضحة ومفهومة من قبل القراء، كما يجب أن تكون ذات جاذبية فعالة، مع أهمية مراعاة عدم خروج هذه الجاذبية عن نطاق تعضيد المتون التي تجسدها، حتى لا تستأثر باهتمام القراء لذاتها دون ما تحويه من معان وتتأثر قدرة الحروف على أداء دورها في جذب القراء باعتبارات تصميمها، حيث إنه من المهم – في إطار الجهود الحديثة

لاكتشاف أشكال جديدة للحروف- أن تتعاضد آراء أساتذة الإخراج الصحفي، والعاملين المهنيين في هذا المجال مع آراء الطباعين الذين يجب ألا يتصدوا وحدهم لعمليات الاكتشافات هذه ذلك أن تركيزهم ينصب على القيمة الاقتصادية والجمال الهندسي في الأشكال المقدمة للحروف دون العناية بحقائق يدركها أساتذة الإخراج، والعاملون المهنيون في هذا المجال، وهي المتعلقة بمدى قدرة الأحرف المكتشفة على تحقيق يسر القراءة من خلال سهولة تعرف القراء عليها. إضافة إلى مدى قدرتها على الاستجابة لعامل الوضوح الخاص برؤية القراء لها، الذي يعني سرعة ملاحظتهم للأحرف متفرقة أو مجموعة في سطر طباعي معين، وبالذات في صف العناوين وإضافة إلى المتغيرات المتعلقة بصناعة الحروف فإن ثمة اعتبارات مهنية ترتبط بصناعة الحروف، وباستخداماتها الطباعية، وتؤثر في قدرتها على دعم عمليات يسر وسهولة القراءة، ويمكن إجمالها فيما يأتي:

الاعتبارات المهنية بدور الحروف في تيسير القراءة وتسهيلها:

[1]- [شكل الحرف]:

يؤثر شكل الحرف في مدى يسر القراءة من عدمه، من خلال تغير أشكال الحروف العربية في حال اتصالها بغيرها من الحروف الأخرى عند اجتماعها، لتكوين الكلمات والأسطر، ولهذا فإن الحكم على مدى دور الحروف في تيسير القراءة يأتي بعد اتصالها في صف المتون والعناوين ، إضافة إلى تأثر أشكال الحروف بنوع الورق المستخدم، ذلك أن الحروف لا تظهر إلا بعد طبعها على الورق، مثلما يتأثر شكل الحرف المستخدم بنوع الطباعة والحبر المستخدم فيها، إضافة إلى تأثره ببعض المعالجات الطباعية التي قد تشوه بعض أشكال الحروف بما يتعارض مع قدرتها على تيسير القراءة، كطباعة الحروف على أرضيات وشبكات معينة، سواء كانت ملونة أو سوداء أو باهتة، حيث تسهم هذه الأرضيات في تشويه الحروف من خلال تغير ملامحها ، مثلما يؤثر مدى ثقل الحرف في مدى تحقيقه ليسر القراءة ؛ لذا فإنه من المهم استخدام هذه الحروف في صف العناوين، ومقدمات

الموضوعات، مع الاستعانة بالحروف البيضاء في وصف المتون والتنبه إلى أن استخدام الحروف البيضاء في صف جميع أجزاء الموضوعات، يجعل الصفحة تبدو باهتة،وعلى العكس من ذلك فإن استخدام هذه الحروف مع الحروف السوداء مجتمعة يساعد على كسر حدة الرمادية، مثلما يسهم في تسهيل القراءة عبر الانتقال التدريجي لأعين القراء بين الحروف المستخدمة تبعًا لثقلها .

وعمومًا يرى سعيد الغريب أن الحروف **تتعدد في أشكالها**، ولكن يعد أكثر أشكال الحروف استخدامًا في الصحف هو حرف « نديم » وحرف « ياقوت التصويري »، وذلك على أساس أن هذين الشكلين هما الأكثر تحقيقًا ليسر القراءة، وهو ما يعود على أنهما أكثر أشكال الحروف طواعية، وبساطة في التصميم، مثلما أنهما يناسبان الجمع بالأحجام المختلفة، وبخاصة أصغر الأحجام، وهي التي تستخدم عادة في جمع حروف المتن.

ومن أشكال الحروف، **الحروف المائلة**، فعلى الرغم من أن حروف المتن ليست ذات أهمية من حيث قيمتها التأثيرية، على أساس أن الغرض منها ليس جذب انتباه القارئ إلى الرسالة المطبوعة، وأن على المخرج أن يركز كل اهتمامه في معالجة حروف المتن بحيث يوفر لها أكبر قدر ممكن من يسر القراءة .

إلا أن العديد من الصحف العربية – كالصحف الحزبية والمستقلة على سبيل المثال- تلجأ في إطار رغبتها بتأكيد أهمية بعض الأخبار، والموضوعات المنشورة على صفحاتها، إلى إتباع بعض الإجراءات التيبوغرافية، التي تؤثر بشكل أو بآخر على شكل الحرف، بما يعوق عملية القراءة اليسيرة.

وذلك كأن تتجه الصحيفة إلى استخدام الحروف المائلة في جمع بعض المواد على صفحاتها، أو أجزاء منها، ولعل الأمر الذي ساعد الصحف في ذلك هو تطوير أجهزة الجمع التصويري، التي يمكن بوساطتها الحصول على صورة الحرف مائلة، وذلك يتم بالتحكم في زاوية ميل العدسة، بتحريكها في اتجاه معين، بحيث تظهر الحروف مائلة جهة اليمين، أو جهة اليسار بعد إتمام الطبع.

ناهيك اليوم عن المعدلات العالية من السرعة والمرونة، التي تتيحها أجهزة الحاسب الآلي ببرمجياتها المتقدمة، في إتمام هذه العملية وغيرها، حيث يتم تنفيذ هذا الإجراء بكل بساطة ويسر، من خلال أمر " مائل " من القائمة العائمة " شكل الكتابة " بقائمة « تنسيق » الثابتة ببرنامج « الناشر الصحفي » المستخدم اليوم بالغالبية العظمى من الصحف المصرية والعربية على حد سواء، التي تحولت في السنوات الأخيرة إلى اعتماد نمط الإنتاج الإلكتروني، ومن ثم تقنية التوضيب الإلكتروني للصفحات على الشاشة.

وعلى الرغم من أن استخدام الحروف المائلة يحقق التباين في شكل الحرف مع الحروف المعتدلة المستقيمة على الصفحة الواحدة، فإنه لا ينصح بها بعد أن ثبت أن الحروف المعتدلة هي المفضلة لدى غالبية القراء، حيث يتحقق معها الراحة وسهولة القراءة، في حين لا تلقي الحروف المائلة جهة اليمين أو جهة اليسار قبولاً لدى القراء بوجه عام؛ نظرًا لما تسببه من إرهاق لبصر القارئ، وبخاصة إذا تعددت السطور المجموعة بها.

وثمة فارق واضح مثلما يشير سعيد النجار بين الحروف المائلة جهة اليمين، والمائلة جهة اليسار، ففي الأولى تظهر الخطوط الرأسية الداخلة في تكوين الحروف- الزوائد العلوية والسفلية- مائلة من أعلى اليمين إلى أسفل اليسار، وتتشابه هذه الحروف مع الحروف اللاتينية المعروفة باسم « Italic »، في حين تظهر في الحالة الثانية – في حالة الميل إلى اليسار- مائلة من أعلى اليسار إلى أسفل اليمين.

ويمضي سعيد النجار قائلاً: ويعكس هذا الفارق تأثيره في يسر قراءة الحروف المائلة، ففي حالة الميل إلى اليمين، تسير العين عبر قراءتها للحروف ذات الزوائد العلوية والسفلية، في اتجاه من أعلى اليمين إلى أسفل اليسار، ومن أعلى اليسار إلى أسفل اليمين في حالة الميل إلى اليسار، وهو ما يتفق في الحالة الأولى مع المسرى الطبيعي للعين العربية من اليمين إلى اليسار في أثناء القراءة، في حين يحدث العكس في الحالة الثانية. ولهذا السبب يفضل استخدام الحروف المائلة جهة اليمين؛ لأنها بذلك تصبح أقل إرهاقًا لعين القارئ من الحروف المائلة جهة اليسار.

وتتبـاين الـصحف في مـدى اسـتخدامها للحـروف المائلـة، حيـث يقتـصر استخدامها في بعض الصحف على مقدمات بعض الموضوعات الطويلة، في حين تتجه صحف أخرى إلى الإسـراف في استخدام الحـروف المائلة، وبخاصـة اسـتخدامها في جمع مقدمات أغلب الموضوعات وبخاصة الكبيرة منها، وفي جمع بعض الفقرات المهمـة داخـل الموضـوع الواحـد، وكـذا في جمـع نـصوص الأسـئلة في الأحاديـث الـصحفية، وبعـض الأخبـار الـصغيرة الـتي تحظـى بأهميـة خاصـة لـدى الـصحيفة، وبعض العنـاوين الفرعيـة، وتعليقـات الـصور، وأسمـاء الكتـاب والمحـررين. يبـدو في الشكل كتب المقدمة بالشكل المائل.

ربع مليار دينار إيرادات غير متكررة من "الاتصالات" للخزينة

***عمـان** – يرفـد قطـاع الاتـصالات العـام الحـالي - ولأول مـرة في تاريخـه - إيـرادات غـير متكـررة تقـدر قيمتهـا بحـوالي ربـع مليـار دينـار، كعوائـد لترخيصين: الأول ثمنا لحيازة شركة " زين الأردن" ترددات الجيل الرابع وحيز من ترددات الجيل الثالث لفترة 15 سنة، والثاني ثمنا لتجديد ترخيص استخدام ترددات " الجيل الثاني" لشركة " اورانج الأردن" لفترة خمس سنوات.*

وستجني الحكومـة مـن الترخيص الأول لشركـة " زيـن الأردن" مبلغـا يقـدر بحوالي 192 مليون دينار 142 مليون دينـار ثمنـا لترددات الجيـل الرابـع، ومبلـغ 50 مليون دينار لحيـز مـن تـرددات الجيـل الثالـث) وذلـك بعـد الموافقـة علـى العـرض الـذي تقدمت به الـشركة لحيـازة هـذه الـترددات لفـترة 15 سـنة، فيمـا سـتجني الحكومـة مبلغا يقدر بحوالي 52. 1 مليون دينار ثمنا.

وقـد تلجـأ بعـض الـصحف إلى الجمـع بـين نـصوص الأسـئلة في الأحاديـث الـصحفية وبعض الأخبار القصيرة التي تحظى بأهمية خاصة لدى الصحيفة كما في الشكل.

حديث صحفي مع السيدة كاثرين ماهوغو

مـا الـذي أغـراك لـدخول مـسابقة المبتكـرين الـشباب الـتي نظمهـا الاتحـاد الدولي للاتصالات أثناء تليكوم العالمي للاتحاد لعام 2012؟ وما هـي النـصيحة الـتي تقدميها إلى النساء الشابات اللاتي يأملن في أن يصبحن مبتكِرات؟

كاثرين ماهوغو: لطالما نظرت النساء إلى الأعمال الحِرَفية كطريقة لتمكين أنفسهن اقتصادياً. ومع ذلك، فلأن سلسلة التوريد مكلِفة ومعقدة، ينتهي الأمر بسيطرة الوسطاء على السوق العالمية وما تحققه من أرباح.

وقد ألهمني ما تتمتع به الحِرفيات من قدرة على الابتكار والإبداع والمرونة على إنشاء مشروع Sassafras كمنصة تجارية تربط بين البائعات اللاتي تعملن خارج الخط والمستهلكين الذين يستعملون الخط. فقد تصورت أن توفير تكنولوجيا مناسبة ثقافياً سوف يساعد في الحد من التمييز الاقتصادي الذي تواجهه النساء في بلدان العالم النامية.

ويأتي ذلك في إطار رغبة الصحيفة في تحقيق قدر أكبر من الإبراز لهذه المواد التحريرية على صفحاتها، إذ إن هذا الإجراء من شأنه أن يحقق لها تميزًا عن بقية سطور المتن المصاحبة لها على ذات الصفحة.

إذن ترغب الكثير من الصحف في الجمع بين الفقرات عن طريق الحروف المائلة إلى اليمين لهدف تراه في الإبراز، وقد تلجأ إلى استخدامات أخرى في النص الصحفي بوساطة الأحرف المائلة، بحيث لا تستغرق قراءة مثل هذه السطور فترة طويلة من الوقت، حتى لا يصيب المتلقي منها إرهاق، ثم إن هذه السطور لا بد أن تحظى بأهمية خاصة لدى الصحيفة في ضوء سياستها التحريرية، وليس بالضرورة أن يلجأ إلى استخدام الأحرف المائلة في جميع صفحات الأخبار أو التقارير أو الأحاديث الصحفية، وما إلى ذلك من الفنون الصحفية والإعلامية الأخرى.

الشكل والأرضية :

ومن الإجراءات التيبوغرافية التي تؤثر سلبًا على شكل الحرف، وتلجأ إليها معظم الصحف، في إطار سعيها لإضفاء مزيد من الإبراز على موضوعاتها، طبع متون بعض الأخبار والموضوعات على أرضيات داكنة، أو باهتة، موجبة في بعض الأحيان وسالبة في أحيان أخرى، ويساعد الصحف على ذلك استخدام الحاسب الآلي في تنفيذ الصفحات إلكترونيا على الشاشة، وطباعة « الأوفست »، الأمر الذي يمكن الصحيفة اليوم من استخدام الأرضيات بكافة أشكالها بمعدلات عالية من السرعة والمرونة.

وفي هذا الخصوص، يمكن التمييز بين عدة أشكال مختلفة للأرضيات، ينشر استخدامها في أغلب الصحف بكافة أشكالها واتجاهاتها، وذلك على النحو الآتي:

[1]- [طبع حروف المتن بالحبر الأسود على أرضية شبكية باهتة]:

ويعيب هذا الشكل قلة التباين بين حروف المتن والأرضية المطبوعة عليها، مما يعوق عملية القراءة اليسيرة. ويزداد هذا الأثر في حالة الطبع على شبكة شديدة القتامة، الأمر الذي يصعب من مهمة العين في التقاط الحروف في أثناء عملية القراءة؛ نظرًا إلى قلة التباين بدرجة كبيرة بين الشكل والأرضية.

يضاف إلى ذلك، أن هذا الإجراء يترتب عليه أن تتصل الزوائد والأسنان الرفيعة للحروف مع نقاط الشبكة السوداء، وهو ما يؤدي إلى تشويه شكل الحرف مما لا يعين على يسر القراءة، علاوة على أن وضوح النقط الشبكية في الأرضية في حالة استخدام شبكات خشنة يشغل عين القارئ، مما يسبب له الإرهاق في أثناء القراءة.

[2]- [طبع حروف المتن بالحبر الأسود على أرضية « جريزيه »]:

تكون هذه في الغالب عبارة عن خطوط مستقيمة متوازية أفقيًا أحيانًا ورأسيًا أحيانًا أخرى، وهو ما من شأنه أن يؤدي – إلى جانب قلة التباين- إلى تدخل الخطوط المكونة للأرضية مع خطوط وانحناءات الحروف المطبوعة عليها، مما يشتت عين القارئ ويرهقها في أثناء القراءة.

[3]- [تفريغ حروف المتن من أرضية قاتمة]:

وهذا ما يجعلها تظهر بيضاء بلون الحبر المستخدم في الطبع، وإن كان هذا الإجراء من شأنه تحقيق التباين بين الحروف والأرضية المفرغة منها، فإنه يخرج بالعين عما اعتادت عليه في أثناء عملية القراءة، حيث اعتادت العين على أن تستقبل الضوء المنعكس من أعلى الأرضية البيضاء المحيطة بالحروف الداكنة، وفي هذا الشكل أصبح مطلوبًا منها أن تستقبل الضوء المنعكس من الحروف نفسها، وما يتطلبه ذلك من تغيير لنوع الجهد الذي تبذله العين في أثناء القراءة، الأمر الذي قد يصيب العين بنوع من الإرهاق؛ نظرا لتردد العين بين حروف عادية- سوداء- وحروف معكوسة، بيضاء على الصفحة الواحدة، وخلال الصحيفة .

[4]- [تفريغ حروف المتن من أرضية شبكية رمادية]:

ويعيب هذا الشكل إلى جانب تغيير نوع الجهد الذي تبذله العين في أثناء القراءة، وما في ذلك من إرهاق للبصر- قلة التباين بين الحروف البيضاء والأرضية الرمادية الباهتة ، فضلا عما يترتب عليه من اتصال الزوائد، والأسنان الرفيعة للحروف البيضاء بالأجزاء البيضاء من الشبكة، وما ينجم عن ذلك من تشويه لشكل الحرف.

[5]- [استخدام أكثر من علاقة بين الشكل والأرضية]:

في طبع كل سطر من سطور الخبر الواحد، ويعد هذا الإجراء أسوأ الإجراءات السابقة بما فيها من إرهاق للبصر، فضلا عما يسببه تردد العين بين علاقتين مختلقتين للشكل والأرضية في أثناء قراءتها لكل سطر من سطور المتن المطبوع بهذه الطريقة، وهو ما يضاعف من الإرهاق الذي يصيب البصر في أثناء القراءة.

[6]- [طبع حروف المتن على جزء من الصورة المصاحبة]:

لتصبح الحروف شكلا، والصورة أرضية لها، إذا اعتادت الصحف على تركيب سطور بعض الأخبار الصغيرة على الصور المصاحبة لها، وهو ما ينتشر بصفة خاصة على صفحات الفن والمرأة والرياضة، وغيرها من الصفحات الخفيفة.

حجم الحرف:

المناسبة لصف الموضوعات، حيث إن الحروف الكبيرة تسهم في يسر القراءة على العكس من الحروف الصغيرة التي تجهد أعين القراء، وهناك عدة اعتبارات ترتبط بتحديد أحجام الحروف المناسبة لصف الموضوعات، فأولها يتمثل في الرغبة في إراحة أعين القراء، وثانيها يتمثل في رغبة الصحيفة، مقابل ذلك في نشر أكبر قدر ممكن من المواد الصحفية، وثالثهما اتساع أعمدة الصحف حيث لا بد من النظر إلى هذه الاعتبارات الثلاثة قبل تحديد الأحجام الأكثر ملاءمة في إطار السعي لتيسير القراءة.

ويقاس حجم الحرف بالبنط، ويبدأ القياس من أعلى جزء من الزوائد العلوية إلى أدنى جزء من الزوائد السفلية، بالإضافة إلى جزء يسير من البياض - يترك عند تصميم الحرف - في أعلى الزوائد العلوية، وآخر مماثل في أسفل الزوائد السفلية، يدخلان في حجم الحرف؛ كي لا تصطدم السطور بعضها ببعض بعد إتمام الجمع، ولعل كمية البياض هذه - التي تختلف من تصميم لآخر للحجم نفسه - تجعل تحديد حجم الحروف تحديدًا دقيقًا بعد إتمام الطبع أمرا صعبا إن لم يكن مستحيلا، ولهذا السبب أيضا تبدو الحروف المنتجة بأجهزة الجمع التصويري أصغر من الحجم الأصلي لها- وكذلك الأمر بالنسبة لحروف الجمع الإلكتروني بوساطة الحاسب الآلي- ومن نظيرتها المنتجة بواسطة آلات الجمع الساخن.

ويلاحظ أنه ليس ثمة معيار محدد للتمييز بين حجم حروف المتن والحروف المستخدمة في العناوين، بمعنى أنه لا يمكن القول أن هنالك أحجامًا معينة لحروف المتن، وأخرى لحروف العناوين، إذ يعود السبب في تلك التسمية إلى طبيعة الاستخدام، فاستخدام حجم معين في جمع متن مادة صحفية، فإنه يدخل بذلك في نطاق حروف المتن، وبشكل عام تشير الأحجام الصغيرة- والتي تتراوح في العادة ما بين 7 إلى 12 بنط- إلى أحجام حروف المتن، في حين تشير الأحجام الأكبر من ذلك إلى حروف العناوين، وإن كان ذلك لا يمنع من استخدام أحجام أكبر في جمع حروف المتن

استخدام أحجام الحروف الصغيرة والكبيرة :

تستخدم معظم الصحف بنط 10 التصويري في جمع الغالبية العظمى من مادتها التحريرية، وهو ما يعادل في حجمه وأثره البصري بنط 9 المعدني، وفي حالة طباعة الصحيفة بالطريقة البارزة وجمع مادتها على آلات اللينوتيب والإنترتيت. ويمثل هذا الحجم - 10 التصويري، و9 المعدني - الحد الأدنى لحجم الحرف الذي يحقق يسر القراءة في حالة الجمع أيضا على الاتساع المعتاد للعمود.

وكثيرا ما تستخدم الصحف بعامة أحجاما من الحروف تكون أصغر من المعتاد، كأن تستخدم بنطي « 7، 9 » في جمع بعض المواد التحريرية، مثل صفحات

بريد القراء والإعلانات المبوبة، رغم استخدامها لبنط 10 التصويري في جمع متون بقية الصفحات. ويعد استخدام هذا الحجم الأقل من المعتاد من الإجراءات التيبوغرافية المحمودة على الرغم من صعوبة قراءته.

ولكن ما يؤخذ على بعض الصحف في هذا الشأن هو استخدام بنط 9 التصويري أو الإلكتروني في جمع الغالبية العظمى من مادتها التحريرية، وإذا كان هذا الاستخدام من شأنه زيادة كمية المادة التي تستوعبها ذات الصفحات من الصحيفة، فإنه يؤدي إلى إجهاد العين في أثناء القراءة، الأمر الذي يحتمل معه أن ينصرف القارئ عن الصحيفة برمتها، أو على الأقل عن تكملة قراءة الموضوع، وبخاصة الموضوعات كبيرة المساحة.

ويحذر بعض التيبوغرافيين من الأثر الناجم عن هذا الاستخدام بقولهم: إنه على المخرج الصحفي أن يختصر بعض التحقيقات المطولة، والمواد المكررة والحشو وغير ذلك؛ لكي يضمن أن الصفحات مريحة للنظر سهلة القراءة؛ لأن القارئ غير ملزم بمتابعة ما ينشر في الصحيفة إذا وجد صعوبة في القراءة.

فعلى الصحيفة إذن أن تسعى – أولا وقبل كل شيء- إلى أن تضمن المادة المنشورة على صفحاتها أكبر قدر من المقروئية، وهو ما يتأتى بمراعاة عرض مادتها بما يعين على يسر قراءتها، إذ إن نشر مادة تحريرية أقل على مساحة معينة بما يضمن يسر قراءتها، يعد أفضل بكثير من نشر مادة أكبر على ذات المساحة مع التضحية بيسر القراءة.

ومن جانب آخر قد تلجأ بعض الصحف إلى استخدام أحجام أكبر من المعتاد في جمع بعض المواد المنشورة على صفحاتها، وذلك في محاولة من الصحيفة لتأكيد أهميتها على أساس أن استخدام حجم أكبر يعد من أقوى الوسائل التيبوغرافية التي تحقق قدرا أكبر من لفت الانتباه لمادة معينة، عما سواها من بقية المواد المنشورة على الصفحة ذاتها، ومن أكثر هذه الاستخدامات شيوعا، ما يأتي:

الاستخدامات الأكثر شيوعًا في أحجام الحروف:

[1]- [اتجاه الصحيفة إلى تكبير حجم البنط المستخدم – 12,11]:

في جمع بعض الأخبار، وبخاصة الأخبار صغيرة المساحة، والتي تحظى في الوقت نفسه بعناية الصحيفة في ضوء سياستها التحريرية، ويأتي ذلك في محاولة من الصحيفة لتأكيد قيمتها وتأثيرها.

إذ إن هذا الإجراء يزيد من إبراز الخبر صغير المساحة من حيث هو، حيث يؤدي الحجم الكبير للحروف إلى زيادة المساحة التي تشغلها، ولو بقدر ضئيل يتزايد بزيادة عدد سطور الخبر المراد إبرازه.

[2]- [اتجاه الصحيفة إلى استخدام أحجام أكبر- 12 ,14 ,16-]:

في جمع مقدمات بعض الموضوعات، وبخاصة في التحقيقات الطويلة، والمثيرة، أو في جمع الأخبار الرئيسة بأكملها على الصفحة الأولى، وغيرها من الصفحات الإخبارية.

ويتفق ذلك والاتجاهات الحديثة في الإخراج، التي تقضي بتوفير أكبر قدر من الإبراز لمقدمات الموضوعات، بتكبير أحجام حروفها على أساس أن المقدمات تقوم مقام الفقرات الثانوية من العناوين، مما يجعلها تستحق مزيدا من الإبراز على الصفحة، ويؤهلها للقيام بوظيفتها في تحقيق الانتقال التدريجي للعين من حروف العناوين الكبيرة إلى حروف المتن الصغيرة

ومن ثم، لا يفضل جمع المقدمات بالحجم نفسه المستخدم في جمع صلب الموضوع، وهو ما يحدث كثيرا في الصحف، على أساس أن استخدام البنط المعتاد- ولاسيما في حالة استخدام الكثافة المعتادة أيضا- في جمع المقدمات يخل بوظيفتها البصرية، باعتبارها تمثل حلقة وصل بين حروف العنوان الضخمة من جهة، وحروف المتن الصغيرة من جهة أخرى.

ومن الإجراءات المحمودة في هذا الشأن، استخدام أكثر من حجم في جمع سطور المقدمة الواحدة، وبخاصة مع المقدمات التي تمتد على مساحة كبيرة، كأن تكون السطور الأولى مجموعة بحجم 14 بنط، التي تليها بحجم 12 بنط، مع جمع

المتن ببنط 10 المعتاد. وهو الأمر الذي يحقق في نظر التيبوغرافيين التدرج البصري لعين القارئ في بداية المقدمة إلى بداية صلب الموضوع، دون الإحساس بفاصل بصري واضح بين المقدمة والمتن، إذ إن ذلك من شأنه أن يعبد طريق العين في أثناء القراءة عبر انتقالها من حروف العنوان الضخمة، وخلال فقرات المقدمة، التي تتدرج في الحجم من الأكبر إلى الأصغر، وصولا إلى حروف المتن ذات الأحجام الصغيرة.

وفيما يتعلق بالتدرج البصري من بداية المقدمة إلى بداية صلب الموضوع، عادة ما تأخذ هذه المقدمات- إلى الحجم الأكبر- اتساعات أكبر وكثافات أعلى من المعتاد. ومن أجل أن يتم التدرج البصري على نحو صحيح، يجب أن يتم تقليل الحجم أولا ثم تقليل الاتساع. وأخيرا يتم التغيير في الكثافة وصولا إلى التبنيط – 10 أبيض × 9 كور- مع بداية صلب الموضوع.

[3]- [اتجاه الصحيفة إلى استخدام أحجام أكبر- 11 ,12-]:

في جمع موضوعات بأكملها، وقد تصل مساحة الموضوع الواحد منها إلى صفحة كاملة كالمقالات التي يكتبها رئيس التحرير، وكبار الكتاب بالصحية، ويعد هذا الإجراء من الإجراءات التيبوغرافية المحمودة، على أساس أن مادة الرأي غالبا ما تتوجه إلى الصفوة من القراء، كصناع القرار وذوي النفوذ وطبقة المثقفين، وهؤلاء الناس عادة ما يكونوا أكبر سنا من القاعدة العريضة من القراء، ومن ثم فإن من شأن هذا الإجراء أن يجعل القراءة أكثر راحة لأبصارهم، مثلما أن تكبير حجم الحرف قد يخفف من المضمون الدسم والجاد، الذي تحويه تلك المواد في العادة.

وفي هذا الخصوص، يرى بعض التيبوغرافيين أنه يجب وضع سن- عمر – القراء الذين تتوجع إليهم الصحيفة، أو الباب التحريري في الاعتبار، كأحد العوامل التي تؤثر في تحديد حجم الحرف المستخدم في الجمع، بحيث إذا كانوا من كبار السن، فيجب استخدام بنطي « 12 , 14 » مما يساعد على يسر القراءة، بل قد يكون من الأفضل استخدام أحجام أكبر من ذلك.

[4]- [اتجاه الصحيفة إلى استخدام أحجام أكبر- 12 , 14-]:

في جمع بعض الفقرات المهمة داخل الموضوع، أو نصوص الأسئلة في الأحاديث الصحفية، مع جمع بقية الموضوع بالبنط المعتاد، كأن يتم داخل نصوص

الأسئلة بحجم 12 بنط مع جمع نصوص الأجوبة بحجم 10 بنط المعتاد ،كما تتبع الصحف هذا الإجراء خاصة فيما يتعلق بمقالات رئيس التحرير وكبار الكتاب في الصحيفة.

وذلك بجمع فقرة بحجم 12 بنط والتي تليها بالبنط المعتاد ، وهكذا.. حتى نهاية الموضوع، ورغم أن هذا الإجراء من شأنه أن يساعد على التخفيف من حدة رمادية المتن، فإن الكثير لا يحبذون استخدامه نظرا لما يسببه من إرهاق لعين القارئ نتيجة تنقلها عبر قراءة الموضوع الواحد من بنط أكبر لفترة معينة إلى بنط أصغر للفقرة التي تليها.. وهكذا.

[5]- [استخدام أحجام أكبر في جميع العناوين الفرعية]:

والتي تعد جزءا لا يتجزأ من سطور المتن المصاحبة، حيث توضع داخل متن كل موضوع لإراحة ذهن القارئ في أثناء متابعة القراءة، ولتقسيم الموضوع إلى أفكار رئيسة وعناصر فرعية وتبالغ بعض الصحف أحيانا في أحجام العناوين الفرعية، إذ يبلغ في الأحيان 24 بنط، وإن كانت تأتي في الغالب مجموعة بأحجام «16,14,12» بنط، في حين تأتي في أحيان أخرى مجموعة بالحجم نفسه المستخدم في جميع حروف المتن، مما يفقدها التباين مع حروف المتن المصاحبة، وبالتالي لم تعد تحقق الهدف من استخدامها في كسر حدة الرمادية الباهتة التي تصنعها سطور المتن المتراكمة.

كثافة الخط:

هناك درجتان من الكثافة لحروف المتن العربية، وهما الحروف السوداء، والحروف البيضاء، ويرجع السبب في تلك التسمية إلى اختلاف الدرجة اللونية للحرف بعد إتمام عملية الطبع، حيث تزداد كثافة الحبر في الحروف السوداء عنها في الحروف في الحروف البيضاء، مما يجعلها تبدو على الورق أكثر سوادًا من الحروف البيضاء المجموعة من الحجم نفسه، ويرجع ذلك إلى حقيقة مؤداها أن ثخانة حواف الحروف التي تؤخذ عنها الطبعة في الحروف السوداء أكثر سماكة منها في الحروف البيضاء.

وعادة ما يكون للحروف البيضاء النصيب الأكبر على صفحات الصحف، حيث تشترك معظمها في استخدام الحروف البيضاء في جمع الغالبية العظمى من مادتها التحريرية، وهو من الإجراءات التيبوغرافية المحمودة بعد أن ثبت أن البنط الأسود لا يعين على يسر القراءة، وعلى الرغم من زيادة قدرتها على جذب انتباه القراء بشكل أسرع من البنط الأبيض، إذ يبدو الحرف الأسود أكبر حجمًا من الحرف الأبيض المجموع بالحجم نفسه، مما يترتب عليه زيادة الأثر البصري للحروف السوداء.

ومن جهة أخرى، يلاحظ على الصحف أنها تلجأ أحيانًا إلى استخدام الحروف البيضاء في جمع موضوعات بأكملها، قد تصل مساحة الموضوع الواحد منها إلى صفحة كاملة في كثير من الأحيان، فعلى الرغم مما يحققه ذلك الإجراء من يسر القراءة إلا أنه إجراء من شأنه إضفاء الرمادية الباهتة على الصفحة، ويحسن في رأينا - في حالة الموضوعات الكبيرة، التي تصل مساحة الواحدة منها إلى صفحة بأكملها الاستعانة بالحروف السوداء في حدود ضيقة - في جمع فقرة أو أكثر ذات أهمية خاصة عما عهدها من بقية الفقرات، حيث يعد البنط الأسود أداة مهمة في التخفيف من رمادية المتن الباهتة، والتي تزداد حدتها في مثل هذه الموضوعات الطويلة.

ومن ناحية أخرى تعتمد الصحف بعامة على الحروف السوداء في جمع بعض المواد التحريرية – أو أجزاء منها - وفي هذا الخصوص يمكن رصد عدد من الاستخدامات الشائعة للكثافة السوداء على صفحات الصحف العامة - وذلك على النحو الآتي:

1 – المقدمات:

عادة ما تأتي الغالبية العظمى من مقدمات الموضوعات أو الفقرات الأولى من الأخبار الرئيسة على الصفحة الأولى - وغيرها من الصفحات الإخبارية – مجموعة بالحروف السوداء. ويتفق هذا الاستخدام مع الأهمية التحريرية للمقدمات باعتبار أنها تحمل أهم ما في الخبر أو الموضوع، كما (أن استخدام الحروف السوداء

في جمع المقدمات مع جمع بقية الموضوع بالحروف البيضاء من شأنه أن يزيد من إبراز سطور المقدمة، ويجعلها أكثر لفتًا لنظر القارئ، مما يساعدها على أداء وظيفتها البصرية التي تتعلق بتحقيق الانتقال التدرجي للعين من حروف العناوين الثقيلة إلى حروف المتن الصغيرة الباهتة .

2 – الأعمدة الثابتة:

إذ تأتي معظم الأعمدة الثابتة مجموعة بالحروف السوداء، ويؤتى هذا الاستخدام موفقًا في ضوء اعتبارين أساسيين:

أولهما: أن تكون الأعمدة الثابتة المجموعة بالحرف الأسود صغيرة المساحة، مما لا يتسبب في إرهاق العين في أثناء عملية القراءة، نظرًا لعدم استغراق قراءتها فترة طويلة من الوقت، .

أما الاعتبار الثاني: إن ما يحققه الحرف الأسود من إبراز لهذه المواد يتفق مع الأهمية التحريرية التي تتمتع بها الأعمدة الثابتة، ولما لها من أهمية خاصة لدى قراء الصحيفة، (إذ يسهى القارئ هادة إلى كتابة المفضل حيث تمثل الأعمدة الصحفية الثابتة همزة الوصل بين الكتاب والقراء)

3- أخبار الإطارات:

كثيرًا ما تستخدم غالبية الصحف الحروف السوداء في جمع الأخبار المحاطة بإطارات في أغلب الأحيان، ويعد ذلك الاستخدام من الإجراءات المستحبة، ويعود ذلك إلى سببين:

أولهما: أنه يتفق والأهمية التحريرية لتلك الأخبار (إذ يصبح من التناقض إحاطة خبر بإطار دليل على أهمية، ثم يتم جمعه بالحرف الأبيض الذي لا يلفت النظر) .

أما السبب الثاني: فهو أن الأخبار المؤطرة تأتي في الغالب صغيرة المساحة، مما يجعل قراءتها لا تستغرق فترات طويلة من الوقت، وبالتالي لا ينجم عنها إرهاق لبصر القارئ، ويضاف إلى ذلك أن استخدام الحروف السوداء في جمع الأخبار الصغيرة، والتي تحظى بالوقت نفسه بعناية الصحيفة، يعد من الوسائل التيبوغرافية الجديدة، التي تعوض تلك الأخبار عن صغر مساحتها ويزيد من جذبها لبصر القارئ.

4- بعض الفقرات داخل الموضوع الواحد:

تعمل بعض الصحف أحيانًا لإبراز بعض الفقرات المهمة من الفقرات غير المهمة في النص الصحفي من خلال تحكمها في كثافة الحرف، فكثافة الحرف غالبًا ما يوظفها محررو النصوص الصحفية لإبراز ما يرغبون في إظهاره للمتلقي داخل الموضوع الواحد، وقد يتم هذا الإجراء من خلال توظيف الحروف السوداء في جمع تلك الفقرات التي قد تبدو لدى المحرر مهمة ويود أن يلفت نظر المتلقي لها، في حين يستخدم الحروف البيضاء غير الملفتة للنظر في جمع بقية الفقرات التي لا يرى فيها أهمية إنما تشكل بمجموعها تكملة للفقرات المهمة التي كثفت الصحيفة الحرف لها لتبديها وتبرز أهميتها للقارئ.

والأمثلة على ذلك كثيرة ولا حصر لها، كأن يتم جمع نصوص الأسئلة في الأحاديث الصحفية مثلا بالحروف السوداء، وحتى تبين وتظهر تجمع في المقابل الأجوبة في اللون الأبيض، فيتحقق التباين، الأمر الذي يجذب عين القارئ ويبقى مهتمًا في نص السؤال، الذي أرادت الصحيفة أن تبرزه لأهميته في نص الحديث الصحفي، وقد تلجأ الصحيفة إلى الجمع بين فقرتين في الموضوع نفسه وذلك من خلال تكثيف اللون الأسود، والجمع بينهما لما يشكلان من أهمية بين الفقرات الباقية التي لا توظف الصحيفة كثافة الخط لها؛ لأنها لا ترى في حضورها في الموضوع أهمية ترقى إلى الأهمية التي نالتها الفقرتان اللتان جمع بينهما باللون الأسود وكثف الخط لهما لإبراز قيمتهما للقارئ.

وقد تحظى بعض الأقوال في النصوص الصحفية، - كما هو الحال في الصحف الحزبية، أو في الصحف الرسمية كأقوال الحكام والرؤساء والوزراء وغيرهم- بأهمية على غيرها مما تدخله الصحافة من أقوال، ومشاهدات وأخبار، فتلجأ الصحيفة عندها إلى زيادة تكثيف تلك الأقوال والتوجيهات؛ لتبرز في الصحيفة وبالتالي تؤدي ما هو مطلوب منها من جذب وانتباه وقدرة في الاهتمام من قبل القارئ.

وهنا تأتي قدرة التيبوغرافيين على تفهم الفقرات الأكثر أهمية لتكثيف الخط لها وجمعها على أنها الأكثر أهمية، وذلك ليتجنب التيبوغرافي في عملية

الإسـراف في تكثيـف الحـرف واختيـار فقـرات كـثيرة، عنـدها يـشعر القـارئ بالملـل ويضعف التباين وينقلب الحال إلى عسر في القراءة، نظرًا لأن العين يكثر تنقلها بـين كثافتين مختلفتين، مما يسبق الإرهاق له.

لذا بفضل أن تستبدل بـالفقرات الـسوداء المتعـددة العنـاوين الفرعيـة، الـتي يتكون الواحد منها من ثلاث أو أربع كلمات تلخص الحقيقة المهمة داخل الفقـرة، الـتي تعـد وسـيلة أفـضل لتخفيـف رماديـة المـتن، نظـرًا لقلـة عـدد سـطورها مقارنـة بالفقرات السوداء، فضلاً عن أن هـذه العنـاوين تقـرأ في العـادة بشكـل منفـصل عن حروف المتن .

5- الأخبار الرئيسة على الصفحات الإخبارية:

فيما يبدو من متابعة القراء لصحفهم المفضلة أنهم يدركون مـا تلجـأ إليـه الصحف من خلال سياساتها التحريرية في إبراز أخبارها الرئيسة في الصفحة الأولى، وذلك من خلال توظيف كثافـة الخـط لـلأخبـار الـتي تحتـل صـفحة الـصحيفة الأولى، لجعلها أكثر لفتًا للنظر لما تحتله من أهمية على باقي الأخبار الأخرى.

ويرى بعض التيبوغرافيين في ذلك أنه مهما كانت أهمية الخبر الذي يجمـع بأكمله بالحروف السوداء، فينبغي عدم التضحية بإراحة بصر القـارئ والبحـث عـن وسـائل أخرى لإبراز تلك الأخبار مما يعكس أهميتها من الناحية التحريرية.

ويفهم مـن هـذا الكـلام بـأن لا يتغافـل التيبـوغرافي عن المتلقـي، ويعـرف أن هناك ما يضره إذا كثف التيبوغرافي النص بأكمله، فإراحة بصر القارئ وهو يتابع النص تكـاد تكـون مهمـة، وعليـة فـإن أحـس التيبـوغرافي أن الـنص بكامـل فقراتـه مهم ولا بد من إبرازه لأهميته، فعليه والحالـة هـذه أن يبحـث عـن وسـائل أخـرى يلجـأ إليها ليبرز فقرات النص فيها.

إن ما يزيد الأمر سوءًا في حالة إبراز التيبوغرافي للنص بأكمله، أو لفقراته علـى وجـه العمـوم، هـو اسـتخدامه لوسـيلة واحـدة في ذلـك، وغالبًـا مـا تكـون تلـك الوسـيلة، تلـك المتمثلـة في زيـادة كثافـة الخـط بـاللون الأسـود، وحـين يوظـف هـذه الوسيلة الوحيدة، تكون عواقبها سوءًا على القارئ، فترهـق عينـه، وتـضيع الفقـرات المهمة التي ينبغي أن تبروز، وتلفت الانتباه.

وقد تلجأ الصحيفة إلى استخدامات شائعة في إبراز بعض المفردات بالحروف السوداء على صفحات الصحف، كأن تبرز بعض الأسماء الواردة في النص الصحفي، ويرى بعض التيبوغرافيين أن هذا الاستخدام لا يعين على يسر القراءة؛ نظرًا لما يسببه من إرهاق للعين نتيجة انتقالها بين كثافتين مختلفتين داخل السطر الواحد أو الفقرة الواحدة .

وقد يعد استخدام هذه الوسيلة في إبراز ما يود التوبوغرافي إبرازه كوسيلة أخرى من الوسائل التيبوغرافية الأخرى المساندة لغيرها- قد تعد إجراء مستحب على أساس أيضا أنه يساعد على التخفيف من رمادية المتن الباهتة، والشكل التالي يوضح بعض الكلمات التي قد تلجأ الصحيفة إلى إبراز الحروف السوداء في المتن لإبراز بعض الكلمات وغالبا ما تكون أسماء.

كشفت **السلطات الإيرانية**، أمس، السبت، عن بعض من مواصفات ومميزات طائرتها دون طيار الجديدة والتي تحمل اسم " **فطرس**، " وفي مقدمتها القدرات على التحليق لمسافات كبيرة.

وبحسب التقرير المنشور على **وكالة أنباء** "**فارس**" الإيرانية أن "**فطرس**" قادرة على التحليق لمسافة ألفي كيلومتر وعلى ارتفاع 25 ألف قدم ولمدة تتراوح بين 16 إلى 30 ساعة.

وجاء في التقرير ان الطائرة الجديدة "قادرة على إنجاز **مهمات الاستطلاع** والمراقبة والتسلح بصواريخ جو- سطح ومختلف أنواع الصواريخ الأخرى لإنجاز المهمات القتالية. "

وأضاف التقرير أنه "ونظرا لمدى التحليق لهذه الطائرة، فان هنالك إمكانية توجيه الطائرة بواسطة المتحكم من محطة السيطرة الارضية بصورة شبه آلية او آلية بالكامل، ففي الحالة شبه الآلية يقوم **المتحكم** من خلال رؤية معلومات الطيران على شاشة العرض في المحطة، بالتحكم بالطائرة وتوجيهها بما يتناسب مع المهمة الموكلة، أما في الحالة الآلية بالكامل، يتم خزن **الإحداثيات الجغرافية** للنقاط المحددة سلفا وفي مسار التحليق من قبل المتحكم عن طريق **محطة التحكم الارضية**

في ذاكرة المعدات الالكترونية للطائرة، وبإمكان الطائرة من خلال استخدام نظام "الجي بي اس" وجهاز قياس الارتفاع من قطع المسارات المحددة سلفا، وباستطاعة المتحكم حين تحليق الطائرة من اجراء التعديلات الصادرة من قائد العمليات"، وذلك طبقا لتقرير "CNN بالعربية".

إتساع الخط:

وهو يشير إلى طول السطر، ويعد من العوامل المؤثرة والمهمة لتحقيق يسر القراءة وإراحة بصر القارئ، والاتساع المعتاد لجمع سطور المتن يبلغ 9 كور، وهو الاتساع التقليدي للعمود في حالة تقسيم الصفحة إلى ثمانية أعمدة، كما هو الحال في الصحف العادية، والاتساع نفسه في حالة تقسيم الصفحة إلى خمسة أعمدة، مثلما هو الحال في الصحف النصفية، وهذا الاتساع المعتاد والبالغ «9 كور» هو الحد الأدنى لطول السطر الذي يحقق يسر القراءة، مع الجمع بالحجم المعتاد البالغ « 10 بنط».

هل يمكننا القول استنادًا إلى ما سبق إلى أن الصحف تلتزم بالحجم المعتاد بحيث تحقق يسرًا لقراءة المتلقي؟ والحقيقة غير ذلك فكثيرًا ما تلجأ الصحف إلى الخروج عن الاتساع الثابت للعمود في جمع بعض المواد التحريرية على صفحاتها، يساعدها في ذلك الآن نظم التوضيب الإلكتروني على الشاشة، وبرمجياتها المتقدمة في جمع النصوص ومعالجتها، إلى جانب الطباعة « الأوفست » التي يمكن للمخرج في إطارها التحرر من قيود الأعمدة، والتعامل مع الصفحة كمساحة بيضاء، يقسمها كيفما يشاء، وجمع بعض الموضوعات – أو أجزاء منها - على اتساعات مختلفة دون التمسك بوحدة العمود ومشتقاتها.

وعمومًا تلجأ بعض الصحف استجابة لرغباتها لتحقيق التنوع في أطوال السطور من موضوع معين إلى موضوع آخر ترتأي الصحيفة إطالة سطوره أو تقصيرها عن الموضوع الآخر، أو قد تنوع في أطوال السطور أيضًا من فقرة لأخرى داخل الموضوع الواحد، لا بل تلجأ أحيانًا إلى إطالة السطور وتقصيرها في الفقرة الواحدة،

كل ذلك يتم استجابة لإضفاء قدر من التمييز التيبوغرافي لبعض النصوص عن بقية النصوص الصحفية المصاحبة لها على ذات الصفحة، ويفسر هذا الإجراء من باب التأكيد على بعض المواد المهمة من باقي المواد الأخرى، بحيث تساعد على لفت انتباه القارئ، وقراءتها لتبرز الأفكار المهمة التي ترغب الصحيفة توصيلها للمتلقي ضمن سياستها التحريرية.

إذن فالخروج عن الاتساع الثابت للعمود أمر تؤيده بعض الصحف، لكن على أن لا يتعارض ذلك الخروج مع موضوع يسر القراءة، فإذا تجاوب مع يسر القراءة، فيمكن أن يكون ذلك الخروج محمود، علاوة على أنه قد يحقق أغراضًا إيجابية أخرى في مقروؤية النص الصحفي، ومن أشكال الخروج المقصود لتحقيق أغراض معينة ترغب فيها بعض الصحف ما يأتي:

[1]- [استخدام الكلمات الاستهلالية]:

غالبًا ما يكون التنويع في اتساعات السطور داخل الموضوع أو الفقرة الواحدة بإقحام بعض الكلمات الاستهلالية، وهي كلمات تجمع من حروف أكبر وأثقل من حروف المتن المصاحبة لها.

يبدو أن استخدام مثل تلك الكلمات الاستهلالية، والتي تنوع في تطويل السطور ما جاءت في النص إلا لغرض جذب المتلقي لأهمية المقدمة التي تتواجد فيها، ثم قد تلجأ الصحف إلى إفراد مساحة للكلمات الاستهلالية داخل الفقرات بغرض إضفاء الزينة فقط على الصفحة أحيانًا، و يرى (فريلد سلفر) أن الكلمات الاستهلالية تعد بمثابة جسر يصل بين حروف العناوين الضخمة، وحروف المتن الصغيرة، بما يسهم في تضييق الفجوة البصرية فيما بينها.

وتشترك معظم الصحف العربية في استخدام الكلمات الاستهلالية، ويقتصر استخدامها في معظمها على مقدمات بعض الموضوعات الكبيرة، ونادرًا ما يمتد استخدامها إلى صلب الموضوع، وهو الأمر الذي يجب تجنبه حيث لا ينصح التيبوغرافيون باستخدامها مع كل فقرات الموضوع؛ لأن ذلك من شأنه أن تبدو الكلمات الاستهلالية بمثابة بقع سوداء على الصفحة تسيء إلى المظهر التيبوغرافي لها .

وينبغي التذكير بضرورة أن لا تكون تلك الكلمات الاستهلالية المصاحبة للنص شديدة القتامة والثقل، وإذا كانت كذلك ؛ أي شديدة القتامة والثقل فإن ذلك سيجعلها تبدو كجزء منفصل عن الصفحة، مع أنها تعد جزءًا لا يتجزأ من سطور المتن، وإذا كانت كذلك؛ أي شديدة القتامة أيضًا فإنها ستفقد واحدًا من الأسس الفنية وهو الانسجام مع بقية الكلمات المتواجدة في الموضوع ككل أو في الفقرة الواحدة.

تلجأ بعض الصحف العربية إلى توظيف بعض الأساليب الفنية في معالجة بعض الكلمات الاستهلالية إمعانًا في إبرازها، ويتم ذلك بتوظيف الأرضيات بأشكالها المختلفة، مع وضعها بشكل رأسي- حيث تتم قراءتها من أعلى إلى أسفل- بارتفاع كل سطور المقدمة، في محاولة لشغل البياض الناجم عن جمع كل سطور المقدمة باتساع أقل من الحيز المنشورة عليه. وهو ما يؤدي إلى خلق فاصل بصري واضح بينهما وبين بقية كلمات المقدمة التي تعد جزءا منها. فضلا عن أنها بذلك توجه بصر القارئ إلى أسفل سطور المقدمة، بدلا من توجيهه إلى بداية السطر الأول من المقدمة التي تشكل الكلمة الأولى منه، كما في الشكل التالي:

إلى الذين يعارضون الحوار الإيراني السعودي ويتوقعون فشله مسبقا نقول:

هاتوا بدائلكم! شكك عدد كبير من الكتاب والمحللين السعوديين من إمكانية نجاح الحوار بين بلادهم وإيران التي أطلقها الأمير سعود الفيصل وزير الخارجية عندما كشف في مؤتمر صحافي عن توجيهه دعوة رسمية لنظيره الإيراني محمد جواد ظريف لزيارة الرياض وبحث القضايا الخلافية بين البلدين، بل توقع بعضهم صراحة الفشل الذريع لمثل هذه الخطوة وساق العديد من الحجج التي ترجح نظريته هذه. نقاط عديدة توقف عندها المعارضون لهذه الدعوة أبرزها الحجة التي تقول أن هذا الحوار لا يقوم بين طرفين متكافئين، وأشاروا إلى ان المملكة تعيش حالة ضعف بالمقارنة مع "خصمها" الايراني القوي الذي يملك قوة عسكرية ضخمة، وتحالفات إقليمية ودولية، مضافا إلى عدم ثقتهم بإيران ونواياها التوسعية.

بداية لا بد من التنويه ان التشكيك ومن قبل كتاب سعوديين، وفي منابر سعودية، في جدوى عملية التقارب مع ايران ظاهرة صحية، بل وسابقة ملفتة، لان العادة جرت ان لا يجرؤ معظم...

يضاف إلى ذلك،... اتجاه بعض الصحف ر إلى المبالغة في حجم الكلمات الاستهلالية، حتى يصل حجمها في بعض الأحيان إلى ارتفاع 2,7 سم، أي ما يعادل 77 بنط تقريبًا، مع طبعها على أرضية شبكية، ووضعها بارتفاع كل سطور المقدمة وبشكل مائل على الصفحة، وهو ما من شأنه فصل الكلمة الاستهلالية بصريا عن بقية كلمات المقدمة، فضلا عن أنها بتلك المعالجة الفنية قد تختلط في نظر القارئ مع حروف العناوين الكبيرة، في حين أنها جزء لا يتجزأ من المتن، كما أنها بذلك تستهلك مساحة أكبر كان يمكن استغلالها في نشر عناصر أخرى.

ولما كانت الكلمات الاستهلالية تعد جزء لا يتجزأ من حروف المتن، فينبغي عدم ترك مساحة من البياض في بداية السطر الأول من الفقرة المستخدم معها الكلمة الاستهلالية، وهو ما لم تراعه الصحف في أحيان كثيرة.

[2]- [الجمع على اتساعات أقل من المعتاد]:

أحيانًا تلجأ غالبية الصحف في جمع جزء من مادتها – خاصة على الصفحات الإخبارية- على اتساعات أقل من الاتساع المعتاد 9 كور، ويأتي ذلك في أكثر من اتجاه:

[أ]- الجمع مع بعض الأخبار الصغيرة: ويتم هذا الجمع عادة إما على اتساع نصف العمود أو ثلثه، أي ما يقرب من 3- 5 كور، يبدو إن هذا الاتساع لا يصلح بأي حال من الأحوال ليسر القراءة، خاصة وأن تلك الأخبار ترد بحجمها المعتاد والمعروف ببنط 10، الأمر الذي يجعل السطر غير مفهومًا لأكثر من كلمة.

ناهيك على أن ذلك الإجراء غالبًا ما يترك داخل النص فراغات بيضاء غير مناسبة داخل الكلام، تسبب عدم التساوي بين بدايات الأسطر، وتسبب أيضًا عدم

التساوي في نهايات الأسطر كذلك، وهذا ما يجلب لعين القارئ إجهادًا يرهقها في أثناء قراءتها للنص الصحفي، ثم لا ينكر أحد أن هذه الاختلافات في التساوي في بدايات الأسطر، والاختلافات في تساوي الأسطر في نهاياتها غالبًا ما تسبب بترًا لمعاني الجمل، الأمر الذي يسبب عسرًا في عملية القراءة وضعفًا في فهم رسالة النص الصحفي، والشكل التالي يظهر ما تعرضنا له في هذه الفقرات:

خلصت أبحاث جديدة قامت بها جامعة سانت لويس الأمريكية، إلى أن التوتر يمكن التقاطه من أشخاص من الوسط نفسه، الذي يعيش فيه الإنسان كالمنزل أو العمل، كما يمكن للتوتر المزمن أن يزيد من مناظر الإصابة بالنوبات القلبية والسكتة الدماغية والاكتئاب.

ومن المعروف أن الكثيرين يتعرضون لظروف تؤدي بهم إلى زيادة التوتر، الذي غالبا ما يرتبط بمشاكل اقتصادية عائلية أو غيرها لدى الإنسان، لكم ما من أحد يعتقد ولو لوهلة بسيطة أن التوتر يمكن التقاطه من الوسط الذي نعيش فيه، كالبيت، أو العمل عبر انتقال العدوى من أشخاص يعانون منه، إلى أن أثبتت الدراسة الأمريكية الحديثة.

يلاحظ عدم تساوي بدايات السطور، واستخدام الكشائد، وترك بياض غير مناسب بين الكلمات، وبتر المعاني والجمل نتيجة للجمع بالبنط المعتاد عل اتساع ضيق.

لبا- **جمع أجزاء من الموضوع الواحد** على اتساعات تقل عن الاتساع المعتاد، وهو ما ينجم في الغالب عن وضع صورة شخصية أو عنوان على اتساع عمود واحد وسط أعمدة المتن، مع جمع المتن المجاور على الجانبين على اتساع نصف العمود.

ولعل أهم الأسباب التي زادت من انتشار هذه الظاهرة اليوم على صفحات الصحف، هو ما تتيحه تقنية التوضيب الإلكتروني على الشاشة والمعتمدة الآن في أغلبية الصحف، من سرعة وسهولة بالغتين في تحقيق انسياب النص حول صورة أو كتلة أيًا كان شكلها الخارجي الذي تتخذه على الصفحة، وهو ما يعرف بظاهرة «الانسيابية». الأمر الذي يترتب عليه تحقيق تنوع كبير في أطوال الأسطر من سطر لأخر داخل الفقرة، أو الموضوع الواحد.

خبر صحفي ... المنظمة تختتم أعمال الدورة التدريبية لتدريب القادة المجتمعيين على قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي

اختتمت المنظمة العربية لحقوق الإنسان الدورة التدريبية "لتدريب القادة المجتمعيين على قضايا العنف القائم على النوع الإجتماعي" والتي عقدتها بمقر الأمانة العامة للمنظمة خلال الفترة من 15 إلى 16 مارس/آذار 2014، وشارك في أعمال الدورة التدريبية 22 مشاركة من اللاجئات السوريات فى مصر وخصوصاً من أعضاء رابطة سوريات.

وتأتى الدورة التدريبية فى إطار اهتمام المنظمة بقضايا اللاجئين وخصوصاً الفئات التي تحتاج إلى حماية إضافية، واستهدفت الدورة التدريبية تعريف المشاركات باستكشاف القيم بخصوص النوع الاجتماعى، وما هو العنف القائم على النوع الاجتماعى، ومبادئ الاستجابة للعنف القائم على النوع الاجتماعى، ودور منظمات المجتمع المدني في الاستجابة لتلك الحالات، ووضع خطة عمل للمستقبل.

واختتم أعمال الدورة التدريبية كلا من الأستاذ "راسم الآتاسي" عضو مجلس أمناء المنظمة العربية لحقوق الإنسان والأستاذ "إسلام أبو العنين" مدير البرامج بالمنظمة العربية لحقوق الإنسان.

[ج]- [**جمع الموضوعات بأكملها**]: على اتساع أقل من الاتساع المعتاد، كأن تجمع السطور باتساع 8,5 كور مع وضعها على حيز 9 كور، وهو ما ينجم عنه إيجاد بياض أكبر من المعتاد بين أعمدة الموضوع الواحد يسهم في زيادة إبرازها، وفي الوقت نفسه تميل بعض الصحف إلى الإسراف لتنفيذ هذا الإجراء، إذ تجمع أحيانًا بعض الموضوعات باتساع 8 كور مع نسرها على الاتساع التقليدي – 9 كور- مع ترك بياض بين الأعمدة يصل إلى 2 كور، مما يعطي مظهرًا سيئًا للصفحة أو للموضوع نتيجة لزيادة مساحة البياض الناجم عن ضيق الاتساع، حيث يحاول المخرج شغله أحيانًا بوضع جداول بين أنهر الموضوع الواحد.

ويلاحظ أن إجراء جمع الموضوع باتساع أقل مع وضعه على الاتساع التقليدي، قد يأتي في محاولة من المخرج لإضفاء مزيد من الإبراز لمتون موضوعات

بعينها تحظى بعناية الصحيفة، وقد يأتي في محاولة من المخرج لملء الفراغ الناجم عن عجز مادة الموضوع عن شغل الحيز المخصص له على الصفحة.

ثانيا- [جمع بعض الفقرات داخل الموضوع الواحد]: على اتساع يقل عن الاتساع المجموع عليه بقية فقرات ذات الموضوع، وذلك بجمع فقرة أو أكثر على اتساع أقل من الحيز المخصص لها، مع ترك البياض الناجم عن ضيق الاتساع في بقية السطور أحيانًا، أو شغله بوضع جدول رأسي بارتفاع السطور المقابلة في أحيان أخرى.

ورغم تعارض اتساع تلك الفقرات مع الحد الأدنى لطول السطر المجموع بالحجم المعتاد، فإنه قد لا يتسبب في إرهاق العين، حيث يقل عن الاتساع المعتاد لطول السطر بقدر ضئيل لم يتجاوز كور واحد في معظم الأحيان. في حين أن هذا الإجراء من شأنه تحقيق مزيد من الإبراز لتلك الفقرات، مثلما أنه يحقق تنوع في طول السطر من فقرة لأخرى داخل الموضوع الواحد.

ثالثا- : جمع مواد الإطارات على اتساع أقل من الاتساع المعتاد بمقدار واحد كور، يتم توزيعه على جانبي الموضوع، وهو ما من شأنه " تجنب اصطدام حافتي المتن بأسوجة الإطار مما يعوق عملية القراءة اليسيرة.

وفي الوقت نفسه، تأتي بعض مواد الإطارات في بعض الصحف مجموعة بالاتساع نفسه المنشورة عليه، أو أقل قليل بما لا يتجاوز نصف الكور، الأمر الذي ينجم عنه اصطدام حافتي المتن بأسوجة الإطار المحيط، ومن ثم الإطاحة بمعالم الحروف الأولى من سطور المتن، ويزيد من حدة هذا الأثر السيئ استخدام جداول سميكة في صنع الإطارات، وهو إجراء من شأنه إعاقة عملية القراءة اليسيرة.

الجمع على اتساعات أكبر من المعتاد:

إذ عادة ما تتجه الصحف إلى جمع جزء من مادتها التحريرية على اتساعات أكبر من الاتساع التقليدي للعمود، ويأتي ذلك في الغالب في محاولة من الصحيفة لتحقيق قدر أكبر من الإبراز لتلك المواد على صفحاتها بالتحكم في أطوال السطور. حيث تحظى المواد المجموعة على اتساع أكبر من بقية المواد على الصفحة بدرجة أعلى من الإبراز، وتكون أكثر لفتًا للنظر، وبخاصة مع استخدام أحجام أكبر في جمعها بما يتناسب والاتساع الكبير المجموعة عليه، ويأتي ذلك في أكثر من اتجاه:

(أ)- جمع العدد الأكبر من مقدمات الموضوعات على اتساعات أكبر من الاتساع التقليدي، حيث يأتي معظمها مجموعا على اتساعات تتراوح ما بين عمود ونصف عمود، وحتى ثلاثة أعمدة من الاتساع التقليدي، وهو ما يحقق لها مزيدا من الإبراز على الصفحة يتفق والأهمية التحريرية للمقدمات، التي تحوي في الغالب الأفكار الرئيسة في الموضوع بأكمله، فضلا عما يحققه ذلك من مزايا تيبوغرافية وإخراجية، كالتباين بين المقدمة والموضوع، وكسر حدة الأعمدة ورتابتها، وأخيرا التدرج البصري من العناوين الكبيرة المجموعة على أكثر من عمود، إلى جسم الموضوع على الاتساع التقليدي

(ب)- جمع الغالبية العظمى من مادة الرأي: سواء ما يتعلق منها بالأعمدة الصحفية الثابتة أو المقالات، التي يكتبها كبار الكتاب بالصحيفة أو من خارجها- على اتساع أكبرمن الاتساع التقليدي، حيث تأتي في معظم الصحف مجموعة على اتساعات أكبر من الاتساع التقليدي، حيث تأتي في معظم الصحف مجموعة على اتساع 14 ,15 كور أحيانًا، وعلى اتساع 19 كور أحيانًا أخرى.

وينتشر هذا الإجراء بصفة خاصة في الصحافة الحزبية، نظرًا للأهمية التحريرية، التي تحتلها مادة الرأي لدى هذا النوع من الصحف بوجه عام، حيث تعد الصحافة الحزبية صحافة رأي قبل أت تكون صحافة خبر، الأمر الذي يفرض عليها زيادة الاهتمام بمادة الرأي على صفحاتها، ومحاولة الإضفاء على مزيد من الإبراز عليها. فجاء إجراء جمعها على اتساعات أكبر من الاتساع المعتاد، يحقق لها تميزا تيبوغرافيًا على الصفحة عما عداها من بقية المواد المصاحبة، خاصة وأنه يتم استخدام أكبر من الحجم المعتاد في جمعها – في معظم الأحيان- مما يحقق لها يسر القراءة.

(ج)- جمع موضوع أو أكثر على الصفحة الواحدة: على اتساعات أكبر من المعتاد، وهو ما يحقق تنوعًا في طول السطر من موضوع لأخر على الصفحة الواحدة، مثلما أنه يضفي نوعا من الحيوية على الصفحة. وتنجح بعض

الصحف في تثبيت هذا الإجراء بالنسبة لأبواب تحريرية بعينها، وذلك بجمع الموضوع- على سبيل المثال – على ثلاثة أنهر اتساع النهر 13 كور، مع ترك بياض قدره واحد كور بين الأنهر، ليشغل الباب بذلك اتساع أربعة أعمدة من الاتساع التقليدي، وهو ما من شأنه خلق شخصية متميزة وثابتة للباب التحريري من عدد لآخر.

(د) – جمع بعض الموضوعات التي يحتل الواحد منها صفحة بأكملها: على اتساعات أكبر من المعتاد، وهو ما من شأنه خلق تنوعًا في طول السطر من صفحة لأخرى خلال الصحيفة. ويتأتى ذلك بجمع الموضوع الذي يحتل الصفحة كاملة على عدد أقل من الأنهر، كأن يتم جمعه على ستة أنهر بدلاً من ثمانية، مع ترك واحد كور بياض بين أنهر الموضوع .. أو جمعه على أربعة أنهر بدلاً من ثمانية، مع ترك 2 كور بياض فيما بينها، ذلك مع استخدام حجم أكبر – 12 بنط – في الجمع، مما يوفر لها قدرًا أكبر من يسر القراءة.

شكل الجمع:

وهو ما يشير إلى الشكل الخارجي " Outline " الذي تصنعه الحواف الخارجية لسطور المتن، أي بدايات السطور ونهاياتها. ومن هذا المنظور تتعدد في الصحف اليوم أشكال جمع سطور المتن، يساعدها على ذلك بالطبع نظم الجمع التصويري ولاسيما نظم التوضيب الإلكتروني على الشاشة، التي يمكن في إطارها إجراء التنويع في اتساعات السطور بمعدلات عالية جدا من السرعة والسهولة والمرونة، كانت لا تتوافر مطلقًا لدى آلات الجمع الساخن، بما يعطي في النهاية أشكالا متنوعة لكتل المتن على الصفحة الواحدة، وخلال الصحيفة.

ويمكننا هنا أن نعرض للقارئ أكثر تلك الأشكال حضورًا في الصحافة، والاستخدامات المناسبة لكل منها، مع تقييم كل شكل منها من حيث مدى تحقيقه ليسر القراءة، وهو الأمر الذي يتحدد في ضوء متغيرين أساسيين

يتحكمان في مدى تحقيق شكل الجمع ليسر القراءة، وهذان المتغيران هما، توحد نقطة بداية السطور ونهاياتها، وتساوي أطوال السطور من عدمها، وذلك على النحو الآتي:

❖ **الجمع المنتظم:**

ويمثل شكل الجمع المعتاد، وهو الذي ينتظم في بدايات السطور ونهاياتها في خط رأسي مستقيم، بحيث تتساوى فيه أطوال السطور مجتمعة، وهو الشكل الشائع في جمع الغالبية العظمى من حروف المتن في كافة الصحف على أساس أنه يحقق الحد الأقصى، ليسر القراءة؛ نظرًا لأنه في الجمع المنتظم تتوحد نقطة بدايات السطور ونهايتها، إلى جانب تساوي أطوال السطور، الأمر الذي لا يؤدي إلى تشتيت العين عند انتقالها من سطر لآخر.

❖ **الجمع المنطلق من اليمين:**

وقد تتساوى بدايات السطور، في حين نهاياتها حرة دون محاذاة، بحيث ينتهي السطر مع اكتمال الفكرة أو المعنى. وغالبًا ما يستخدم هذا الشكل في جمع القصائد الشعرية والزجلية على صفحات الفن والأدب والثقافة، وكذا في جمع بعض المقدمات والعناوين وتعليقات الصور، وأحيانًا في جمع نصوص الأسئلة في الأحاديث الصحفية كوسيلة لتمييزها تيبوغرافيًا عن نصوص الأجوبة.

ويحظى الجمع المنطلق من اليمين بتأييد التيبوغرافيين على أساس أن السطور المجموعة بهذه الطريقة تتشابه مع الكتابة العادية التي يألفها القارئ وترتاح عينه إليها، والتي تتساوى فيها بدايات السطور ولا تتساوى نهاياتها في الأغلب الأعم، كما أن هذا الشكل للجمع لا ينجم عنه إرهاق لبصر القارئ، نظرا لتوحد بدايات السطور، ومن ثم توحد نقطة انطلاق العين عند قراءة كل سطر. هذا فضلاً عن أنه يعيد ضروريًا في جمع القصائد الشعرية، وغيرها من المواد التي تستلزم طبيعتها نهايات السطور حرة دون محاذاة، لتنتهي باكتمال المعنى.

ويضاف إلى ذلك، أن الجمع المنطلق يعد الشكل الأمثل للجمع على اتساعات ضيقة، حيث لا يضطر عامل الجمع إلى توسيع المسافات بين الكلمات، أو

استخدام الكاشد بغرض محاذاة السطور، وهو ما يحدث في حالة الجمع التقليدي المنتظم فضلا عن عدم تساوي نهايات السطور يخلق شعورا سارا لدى القارئ لما يحدثه ذلك من تباين مع بقية سطور المتن المجموعة بالشكل المنتظم على ذات الصفحة، كما أن هذا الإجراء يوفر بياضا أكثر على الصفحة، يساعد في إضاءتها ويعين على يسر القراءة.

❖ **الجمع المنطلق من اليسار:**

وهو على عكس الشكل السابق، حيث تتساوى فيه نهايات السطور، في حين لا تتساوى بداياتها، ولذا قد يكون هذا الشكل ملائما لجمع الحروف في الصحف الأجنبية، حيث تتم قراءتها من اليسار إلى اليمين في حين إنه لا يساعد على يسر القراءة في الحروف العربية، التي تتم قراءتها من ايمين إلى اليسار، مما يضطر العين بعد الانتهاء من قراءة كل سطر، إلى البحث عن بداية السطر الذي يليه.

❖ **الجمع الهرمي:**

ويعد من أشكال الجمع نادرة الاستخدام، وفيه تتخذ حواف السطور شكل هرم معتدل، أي مثلث قاعدته لأسفل، أو شكل هرم مقلوب، أي مثلث قاعدته لأعلى، مما ينجم عنه اختلاف أطوال السطور مجتمعة في الحالتين، مع اختلاف بداياتها ونهاياتها. وعادة ما يستخدم هذا الشكل في جمع بعض المقدمات أو الأخبار الصغيرة بالصحف، وهو بصفة عامة نادر الاستخدام.

وتتفنن بعض الصحف في تنفيذ هذا الإجراء كأن تلجأ إلى جمع بعض المقدمات أو الأخبار الصغيرة، بحيث تتخذ حواف السطور شكل مثلث قائم الزاوية أو غيره من مشتقات الشكل المثلث. ومما يذكر أن هذه الأشكال الشاذة للمجمع الهرمي، قد تنجم في أحيان كثيرة نتيجة لوضع العناصر المجاورة – كعنوان أو صورة أو إطار – بشكل مائل على الصفحة، مما يترتب عليه وجود مساحة فارغة على جانبيها تأخذ تلك الأشكال، ويضع عليها المخرج مقدمة موضوعة في أحيان كثيرة.

ولا شك أن مثل هذا الاستخدام لافت للنظر، إلا أن اختلاف اتساع السطور يجعل العين تقطع مع كل سطر مسافة تختلف عن تلك التي تقطعها مع غيره من السطور. واستمرار القراءة بهذه الطريقة مع عدد كبير من السطور، من شأنه أن يرهق العين، لأنه مما يريح العين في أثناء القراءة أن تتكيف حركتها عبر مسافة محددة تقطعها جيئة وذهابا بصورة منتظمة.

يضاف إل ذلك، عيب آخر وهو توحد نقطة البداية في أثناء القراءة، نظرا لعدم تساوي بدايات السطور، مما يتسبب في إجهاد العين، فضلا عما يسببه القصر الشديد في أطوال السطور- كلما اقترينا من رأس المثلث- من بتر للمعاني والجمل.

❖ الجمع المائل:

وفيه تتساوى أطوال السطور، مع اختلاف بداياتها ونهاياتها، ويتأتى ذلك بجمع موضوع معين أو جزء منه بحيث تتخذ حواف سطوره الخارجية شكل متوازي الأضلاع، وهو ما تلجأ إليه الصحف في جمع مقدمات بعض الموضوعات الكبيرة، وذلك بصنع إطار يأخذ شكل متوازي الأضلاع، مع جمع مقدمة الموضوع بحيث تتخذ شكل الإطار نفسه، مع ترك قدر من البياض بين حواف السطور وأسوجة الإطار.

وقد يأتي هذا الشكل متجهًا إلى اليمين تارة، وإلى اليسار تارة أخرى، وفي الحالتين ورغم تساوي أطوال السطور، تنتظم بدايات السطور ونهاياتها في شكل خط مائل، مما يترتب عليه اختلاف بدايات السطور ونهاياتها.

ولذا، فإن الجمع المائل يتسبب في إرهاق العين في أثناء القراءة، على الرغم مما يحققه هذا الشكل من لفت لنظر القارئ؛ نظرًا لخروجه عما ألفه في المطبوعات، إلا أنه يتجاهل مهمة حقيقة مهمة مؤداها: «أن المادة التحريرية تطبع على الصفحة لا لينظر إليها القارئ متأملاً إليها القارئ معجبًا بطريقة عرضها، وإنما تطبع لتقرأ، وأن تيسير قراءتها يأتي في المقام الأول».

❖ الجمع الدائري:

ويتأتى ذلك بجمع متن الموضوع- أو جزء منه- بحيث تتخذ حواف المتن الخارجية شكل دائرة ومشتقاتها، ورغم ما يحققه هذا الإجراء من جذب لبصر

القارئ، نظرًا لخروجه عما ألفه في الصحف، فإن خبراء عديدين ينصحون بتجنبه، لأنه يجعل بدايات السطور ونهاياتها غير موحدة، مما يتسبب في إرهاق العين عند التقاطها لكل سطر من أوله، ويضاعف من إرهاق العين اختلاف المسافة التي تقطعها العين في قراءتها لكل سطر، نظرًا لاختلاف أطوال السطور من سطر لأخر.

اتساع السطور:

ويأتي إسهام هذا العامل في تيسير القراءة من خلال دور اتساع السطور التي تصف المواد على أساسها في اتصال الجمل ببعضها دون قطع، مما يريح القراء، مع الإشارة إلى أن اتساع السطور عن الحد المعقول يؤذي القراء من خلال ضرورة بحثهم عن بداية كل سطر، واحتمال إعادتهم لقراءة بعض الأسطر مرة ثانية، مثلما أن قصر السطور يؤدي إلى قطع الجمل وبتر المعاني وينبغي الإشارة هنا إلى ضرورة النظر إلى العلاقة بين حجم الحروف المستخدمة وطول السطور التي تصف المواد على أساسها، حيث إن الأحرف الصغيرة تستدعي تصغير اتساعات السطور، على العكس من الحروف الكبيرة التي يمكن مع استخدامها إطالة اتساعات السطور.

البياض بين الكلمات والسطور:

يؤدي البياض دورًا كبيرًا في اتضاح الأحرف، مما يسهم في أداء دورها من خلال وصول مضامينها كاملة للقراء، حيث تسهم المساحات البيضاء في توفير الضوء المطلوب لإنارة الصفحة في ظل القتامة الناشئة عن استخدام العناصر الطباعية المختلفة، مثلما تسهم المساحات البيضاء الواقعة بين الكلمات والأسطر في تحقيق يسر القراءة تبعًا لما أشارت إليه الدراسات القائمة في هذا المجال من أن العين تنتقل بين الكلمات في قفزات سريعة تستلزم وقفات بعد كل عدد من الكلمات، ووجود مساحات بيضاء بين هذه الكلمات، يسهم في عدم اختلاط أحرف الكلمات فيما بينها، مثلما يساعد العين على تمييز الكلمات، ويسهم في صحة الوقفات أثناء القراءة، مع التأكيد على أهمية مراعاة أن تكون المساحات البيضاء ذات أبعاد معقولة، ذلك أن أصغر أحجامها يؤدي إلى تداخل الكلمات، بينما يؤدي كبر

أحجامها إلى إتعاب أعين القراء في تنقلها بين الكلمات، مثلما يطيل القراءة مع احتمال أن تبدو هذه المساحات الكبيرة على أنها عناصر قادرة على منافسة المادة المطبوعة .

ولعله من المهم الإشارة إلى تأثر أبعاد المساحات البيضاء باتساعات الأسطر، حيث تكثر هذه المساحات عند طول الأسطر، وتقل عند قصرها تبعًا لقلة الكلمات التي تضمنها ، كما أن أهمية وجود مساحات بيضاء في إطار السعي لتيسير القراءة لا يقتصر على وجود هذه المساحات بين الكلمات فقط، وإنما لا بد من وجود هذه المساحات بين الأسطر، التي تتكون منها المواد الصحفية، ذلك أن وجود البياض بين الأسطر يؤدي إلى وضوح هذه السطور من خلال إضاءة ما حولها بما يساعد القراء على مواصلة القراءة دون شعور بالتعب من جراء تلاصق السطور في حال عدم وجود هذه المساحات البيضاء ، مع أهمية العناية بأحجام هذه المساحات؛ ذلك أن المبالغة في زيادتها بشكل كبير تؤدي إلى عسر القراءة، وذلك من جراء المشقة التي تتكبدها العين في الانتقال من نهاية سطر إلى بداية آخر، مع الشعور أن الأسطر تبدو مفككة لا رابط بينها، بما يطيل وقت القراءة تبعًا لمحاولة القراء ربط السطور بعضها بالآخر.

لون الأرضية:

يستخدم بعض المخرجين في إبرازهم للوحدات الطباعية أرضيات غير بيضاء تطبع عليها الحروف، أو تفرغ منها، بغية إبرازها من خلال تباينها مع غيرها من الأرضيات الخاصة بالوحدات الطباعية الأخرى، وتتأثر تبعًا لذلك مدى سهولة القراءة، حيث تؤدي بعض الأرضيات إلى إيضاح أو طمس بعض أجزاء الحروف، ولكن من المؤكد أن قدرة هذه الأرضيات على تيسير القراءة ترتبط بدرجة عالية بمستوى التباين بينها وبين لون الحروف، مع ما يستلزمه ذلك من ضرورة أن تكون الحروف المستخدمة كبيرة الحجم نسبيًا بما يؤدي إلى وضوحها، مع استخدام نوعيات ناعمة من الشبكات في حال الأرضيات الشبكية بما يؤدي إلى تحسين تلك الأرضيات .

أنماط الحروف:

تنقسم الحروف تبعًا لاستخداماتها في بناء الوحدات الطباعية اللازمة لتصميم الصفحات إلى قسمين رئيسين، يتميز كل منهما بخصائص طباعية ترتبط بقدراته، وبإمكاناته الاتصالية، وبمتطلبات توظيفه، وذلك على النحو الآتي:

[1]- [حروف المتن (Body Type)]:

تمثل حروف المتن العنصر الرئيس للإخراج الصحفي تبعًا لكونها المادة البالغة على المحتوى العام للصحف، حيث تكتسب الصحافة منها باعتبارها – وسيلة مطبوعة للإعلام -- أهم خصائصها المتعلقة بالكلمة المطبوعة، وتتسم حروف المتن من الناحية الطباعية بتقارب أحجامها وأشكالها واتساع أسطرها، وتتراوح أحجام حروف المتن بين بنطي 7 و 12 ، هذا طبعًا باستثناء مقدمات الموضوعات التي تصف بحروف أكبر غالبًا.

ولعل أهمية هذه الحروف تتمثل في كونها العنصر الرئيس لإيصال المتون المعبرة عن الرسائل الاتصالية إلى القراء، وصولاً إلى أداء الصحيفة لدورها في هذا المجال من خلال اطلاع القراء على كل المتون المنشورة، ذلك أن القراء يكتفون في الغالب في قراءة العناوين ومشاهدة الصور بما يحتم أهمية عمل المخرجين للإفادة من ذلك في إقناع القراء بالتحول إلى القراءة المتأنية لحروف المتون ، ويتأتى ذلك للمخرجين من خلال استخدامهم كل الإمكانات المتاحة في بناء الوحدات الطباعية، بطريقة جذابة، تعمل على إنجاح عمل الصحافة من خلال تيسير القراءة وتسهيلها، ويتحقق ذلك باستخدام أشكال وأحجام مناسب مناسبة للحروف، بحيث تعمل على إراحة القراء حين قراءتها، مع أهمية إتاحة قدر مناسب من البياض اللازم لإراحة القراء حين تنقل أبصارهم بين أجزاء المتون وأسطره .

[2]- [حروف العرض (Display Type)]:

وهي الحروف التي تستخدم في صف العناوين الخاصة بالوحدات، وتتسم بكبر أحجامها، واتساع أسطرها، وتنوع أشكالها، وذلك تبعًا لتعدد استخداماتها

التحريرية والإعلانية المختلفة ، وتأتي أهمية هذه الحروف من خلال دورها في استيقاف القراء وإقناعهم بقراءة الوحدات المنشورة في الصفحة لكونها أول ما يقع عليه بصر القارئ في أي شكل صحفي « خبر، حديث، مقال، تحقيق،.. إلخ » وذلك لقدرتها على تشويق القراء للتعرف على ما تحمله هذه الوحدات من مضامين، ولاسيما مع استخدام الأحجام الكبيرة والمميزة منها، إضافة إلى المعالجات الطباعية الخاصة التي تستخدم معها ، وتستلزم قدرة الحروف على تحقيق ذلك مراعاة التباين بين أحجام الحروف المستخدمة في صف عناوين الوحدة الواحدة، مع ضرورة التدرج بين العناوين الرئيسة والفرعية، وعناوين الإشارة أو التمهيدية ، إضافة إلى أهمية اتساق أشكال الحروف وأحجامها المستخدمة مع الشخصية المتميزة للصحيفة تبعًا لقدرة العناوين على البروز، ودورها تبعً لذلك في التعبير عن الاتجاهات والمفاهيم المختلفة .

ولقد ارتبطت حروف العناوين في الصحافة العربية، حتى وقت قريب، بالخطوط اليدوية تبعًا لقدرتها على إضفاء الحيوية على الصفحة من خلال استخدام أنواع متعددة من الخطوط العربية التي لم تكن موجودة في البرامج الحاسوبية الخاصة بأجهزة الصف الآلي – حتى وقت قريب – كالديواني والكوفي والحر، إضافة إلى إمكانية تواؤم أبعاد ومساحات الخطوط المستخدمة مع المساحات المتاحة لصف العناوين تبعًا لقابلية الخطوط العربية للتمدد والانكماش ، كذلك القدرات الإبداعية للخطاطين والمرتبطة بملكاتهم الخاصة المتمثلة في قدرتهم على التعبير المجسم عن المعاني التي تعبر عنها العناوين ، إلا أن هذا الاتجاه لم يعد يناسب الصحافة المعاصرة؛ لاعتمادها الكبير على السرعة في أداء دورها الإعلامي، حيث إن إنتاج هذه الخطوط يحتاج إلى وقت طويل لا يسمح به وقت الصحافة المعاصرة ذات الطبعات المتعددة وسريعة الإنتاج، إذ يمكن أن يصرف مثل هذا الوقت في زيادة المتابعات الإخبارية، إضافة إلى حدوث العديد من السلبيات في الممارسات الخاصة بإعداد الخطوط اليدوية مثل: تعدد المعالجات الطباعية وتداخلها في العنوان الواحد، إضافة إلى عدم القدرة على التفاعل السليم مع اتساعات الصف المطلوبة كالمد غير

المبرر لبعض الكلمات بغية اتساقها مع الاتساعات المطلوبة، أو العكس من خلال ضغط أجزاء بعض الكلمات للتناسب مع الاتساعات المتاحة' كذلك استئثار بعض الخطوط المستخدمة باهتمام القراء على حساب ما تحمله من معان من جراء العناية بزخرفتها دون الاهتمام بقدراتها الطباعية أو الاتصالية.

ورغم ذلك لم تستطع بعض الصحف العربية الاستغناء بشكل كامل عن الخطوط اليدوية واستخداماتها في صف العناوين، وإنما عملت على الإفادة من التقنيات الحاسوبية التي سادت في برامج الصف أو الإخراج الآلي فيما بعد، حيث عملت على تخزين بعض نماذج الخطوط اليدوية في هذه البرامج ثم استطاعت الإفادة منها، حيث بدت وكأنها خطوط يدوية أنجزت بيد الخطاطين مثلما يحدث في جريدة « الشرق الأوسط » الآن مثلاً.

تيبوغرافية حروف العنوان:

من العناصر المهمة في بناء صفحات الجرائد حروف العناوين ،تلك التي تعد أحد العناصر التيبوغرافية الأساسية، أهمية هذه الحروف تتأتى بصفة كونها لا تخلو منها أي صفحة من صفحات الجريدة، ونحن حين نشير إلى أهميتها لا بد أن ندرك أن هذه الأهمية قد تختلف في درجاتها من صفحة إلى أخرى، فعلى سبيل المثال تحظى الصفحة الأولى بعناوين تمتاز بحجم كبير، في حين تجد العناوين مثلاً في صفحة الإعلانات فد بنيت حروفها بحجم صغير.

إن المتتبع للفترة التي ظهرت بها العناوين منذ زمن ماض إلى يوم الناس هذا، يجد أن العناوين في هذا العصر الحديث قد شهدت تطورًا هائلاً في الصحافة الحديثة، فلم تعن الصحف القديمة اهتمامها بالعناوين، كاهتمام الصحف الحديث وعنايتها المتميزة بالعناوين، فجاء اهتمام الصحف القديمة بصور عادية لا ترقي في معالجتها كما هي عليه الآن.

حظيت الصحافة في هذا العصر بإهتمام كبير في ميدان الإعلام، الأمر الذي فرض عليها أن تهتم اهتمامًا متزايدًا بالأنباء، فباتت الحاجة أن تبرز العناوين؛

لكي تلفت انتباه القراء إلى موادها الصحفية، تلك التي تتضمن أحيانًا الإسهاب في التفاصيل، ورغبة في تحقيق هذا الشرط فقد توجهت الصحف إلى زيادة عدد سطور العنوان واتساعه. ولا يمكن الفصل بين تطور شكل العناوين- من حيث الحجم والاتساع ومدى الاستخدام، ومجموعة من العوامل التي تضافرت في إحداث هذا التطور، في شكل العنوان، وذلك على النحو الآتي:

1- عامل وظيفي:

ويتعلق بتطور الوظائف التي ألقيت على عاتق العنوان كأحد العناصر التيبوغرافية، مثل تلخيص الأنباء والموضوعات، وتقديمها مرتبة حسب أولوياتها وأهميتها التحريرية، والاشتراك في البناء التيبوغرافي للصفحات، فضلا عن إغراء القارئ بعد أن يشترى الصحيفة على قراءة أكبر عدد من الموضوعات.

2- عامل طباعي:

ويتعلق بتطور طباعة الصحف في مختلف أنحاء العالم، إذ لم يكن لدى الصحف في السنوات الأولى سوى عدد قليل من أشكال حروف العناوين، كما أن التوسع في إنتاجها آنذاك كان يكلف الكثير خاصة مع الاستخدام المحدود لها. علاوة على أن القائمين على إصدار الصحف كانوا يعتبرون أن ورق إنتاج الصحف أقيم من أن يبدد في هذه العناوين، حتى تطورت أدوات إنتاج العناوين مما أتاح توافر الأشكال والتصميمات المختلفة والمتنوعة، وتعدد الأحجام والكثافات أمام الصحف.

3- عامل إخراجي:

ويتعلق بتطور إخراج وتصميم الصحيفة في مختلف أنحاء العالم، حيث اتجهت الصحف في السنوات الأخيرة إلى أسلوب الإخراج الأفقي، الذي يتيح نشر الموضوعات بشكل عرضي، بحيث يحتل الموضوع أكبر عدد من الأعمدة، والذي اقتضى تكبير أحجام العناوين نظرا لزيادة اتساعها، وزيادة الاهتمام بها، في حين لم تكن تعرف الصحيفة ما يعرف اليوم بتصميم الصحيفة، وكان الإخراج الرأسي هو السائد، إذ كانت الموضوعات تعرض على الصفحة باتساع صغير مع زيادة

الامتداد الرأسي لها. وبهذا لا يزيد الحيز المخصص للعنوان عن إتساع عمود واحد أو عمودين، وهو ما يترتب عليه تصغير أحجام العناوين بما يجعلها متناسبة الاتساع الضيق الذي تشغله.

4- عامل إعلامي:

وهو من العوامل التي لا يمكن إغفال تأثيرها في تطور العناوين، ويتعلق بظهور الصحف الشعبية المثيرة- خاصة الصحف النصفية- في كل من بريطانيا والولايات المتحدة، والتي اعتمدت على العناوين بصفة أساسية في إخراج الصفحة الأولى منها، فضلا عن زيادة اهتمامها بإخراج العناوين، وتجلى ذلك في محاولة تضخيمها عن ذي قبل، وتنويع أشكالها على أساس أنها كانت تسهم بشكل مباشر في رفع أرقام التوزيع، وإذكاء روح المنافسة فيما بينها.

أقسام العنوان:

ويشير إلى الحيز الأفقي المخصص للعنوان على الصفحة، وقد تملأ كلمات العنوان الحيز المخصص لها على الصفحة بأكمله من بدايته إلى نهايته. وقد يوضع العنوان بحيث لا يشغل الحيز المخصص له كاملا، ولكن يترك مزيد من البياض على جانبيه يساعد على إبرازه، وفي الحالتين يمثل الحيز المخصص للعنوان على الصفحة اتساع العنوان.

وعلى أية حال فقد درج الباحثون على تقسيم العناوين من حيث اتساعها إلى ثلاثة أنواع، وهي ما يسمى أولاً منها بالعنوان الذي يمتد بعرض الصحيفة، ويوسم بالعنوان العريض، ويطلق عليه في اللغة الإنجليزية مصطلح أو كلمات "Banner Head" ويطلق عليه باللغة الفرنسية مصطلح "Manchette" والعنوان الممتد "Spread Head"، وهو الذي يمتد على أكثر من عمود، وأخيرًا العنوان العمودي "Single Column Head"، وهو الذي لا يتجاوز اتساعه العمود الواحد بصرف النظر عن عدد سطوره وفقراته **(54)**.

أقسام العناوين من حيث اتساعها:

[1]- [العنوان العريض]:

لقد أظهرت الصحف الأمريكية سبقها بين صحف العالم في عرضها للعنوان العريض، وقد اشتهرت به تلك الصحف في الفترة التي عرفت فيها الصحافة بالصحافة الصفراء، وبعدها بقليل شرعت الصحف الأوروبية بتوظيف العنوان العريض بتحريرها لفنون الصحافة بعامة. في حين عرفت الصحف المصرية بخاصة والصحف العربية بعامة العنوان العريض في أوائل القرن الماضي، وكان أول عنوان من هذا النوع ما نشرته صحيفة " اللواء " عام 1908 بمناسبة وفاة الزعيم مصطفى كامل.

ويمثل العنوان العريض واحدًا من أهم الخصائص التي تميز الصفحة الأولى في الكثير من الصحف المحلية والعالمية، ومع ذلك لا تعدم الصفحات الداخلية من وجوده على صفحاتها، ولكون العنوان العريض يشغل حيزا كبير على الصفحة، فهذا يعني أنه يحقق صفة الإبراز، ومن شأنه أخيرا أن يلفت انتباه المتلقي ويجذبه لمتابعة.

وفي الوقت نفسه، يحذر معظم التيبوغرافيين من مغبة الاستخدام المستمر للعنوان العريض على الصفحة الأولى،نظرا لما يترتب عليه من مساوئ عديدة، إذ إن هذا الإجراء من شانه أن يضعف ثقة القارئ بالصحيفة، فالمبالغة في نشر العنوان العريض لا ينجم عنه سوى انعدام قيمة الإبراز في الصحيفة للعناوين المهمة، وعلية يجب على الصحيفة أن تتحاشى المبالغة في نشر العناوين العريضة كيفما اتفق، وأن تنحصر مهمة نشر العناوين العريضة لحظة أن تحتم ظروف ساخنة على الصحيفة كنشوب حروب، أو حدوث زلازل أو أعاصير تخلف الدمار والخراب وغير ذلك من الحوادث المفصلية الساخنة.

ومن جانب آخر، يرى بعض التيبوغرافيون أن هذا الإجراء من شأنه أن يفقد العنوان العريض قيمته كعنوان يرتبط ظهوره بالأنباء المهمة وحدها، فضلا عما يترتب عليه من تشابه المظهر الخارجي للصحيفة من عدد لآخر، مما فيه من تعويد

لبصر القارئ على أن العنوان العريض عنصر أساسي في بناء الصفحة الأولى، وهذا وضع غير طبيعي، وفيه إفساد للذوق التيبوغرافي، وفرض للطابع المثير وحده على الصحيفة، وهي حجم الحروف المستخدمة، ودرجة كثافتها، والاتساع الذي يحتله على الصفحة فضلا عن موقعه على الصفحة .

وثمة إشكاليتان إخراجيتان، تتعلق كل منهما بنشر العنوان العريض على الصفحة الأولى، نعرض لهما فيما يأتي:

الأولى: تتعلق بمكان العنوان العريض على الصفحة الأولى، فبعض الصحف تضعه في أعلى الصفحة فوق رأس الصحيفة، في حين تضعه صحف أخرى تحت الرأس، مما يتيح له الاتصال المباشر بموضوعه. وإن كان وضع العنوان العريض فوق رأس الصفحة الأولى.

أما الإشكالية الإخراجية الثانية: فهي تتمثل من الناحية التي يتصل منها العنوان العريض بمقدمة الموضوع المصاحب له على الصفحة الأولى. والعادة المتبعة في معظم الصحف الأمريكية- في هذا الخصوص- أن يبدأ الموضوع حيث ينتهي عنوانه، وذلك بوضعه على العمود الثامن، أو العمودين السابع والثامن معًا، وتكون حلقة الاتصال عادة فقرة ثانوية من العنوان.

[2]- [العنوان الممتد]:

يقل اتساع هذا النوع من العناوين عن العنوان العريض، فهو ينشر عبر عدد ممتد من الأعمدة- أكثر من العمود الواحد، وأقل من عرض الصفحة بأكمله- ويرتبط العنوان الممتد بالإخراج الأفقي، الذي يتيح نشر العناوين على عدد كبير من الأعمدة.

وإذا كان العنوان العريض يتميز بتأثيره الفعال في جذب انتباه القراء وإثارة اهتمامهم؛ نظرا لما يحققه من قوة إبراز كبيرة لسطور العنوان، فإن العناوين الممتدة على اتساعات كبيرة تعد أفضل من تلك العريضة في نظر بعض التيبوغرافيين؛ نظرا لما تحققه من قوة إبراز إعلى للعنوان على الأعمدة الخارجية من الصفحة. ويقول أرنولد: إن عنوانا ممتدا على أقل من ثمانية أعمدة قد يجذب انتباه القارئ بدرجة أكبر من العنوان العريض.

الثلاثاء 29 محرم 1435 الموافق 03 كانون الأول (ديسمبر) 2013

رجعت شركات سلاح أمريكية أن تخسر الولايات المتحدة تفوقها العسكري، وذلك مع اقتراب تنفيذ تخفيض الموازنة العامة في يناير المقبل، والتي ستطال صفقات السلاح.

ودعت هذه الشركات أعضاء الكونجرس إلى عدم اعتماد قرارات إضافية تتيح فرض المزيد من الاقتطاعات الطارئة على الميزانية، محذرة من الضرر الذي تتعرض له جراء تراجع صفقات التسلح، وما قد يتبع ذلك من تراجع في التفوق الدفاعي الأمريكي على الصعد الصناعية والتكنولوجية.

وقال ويس بوش، المدير التنفيذي لشركة "نورثروب جرونمان" للصناعات الدفاعية إن شركته قد تضطر إلى صرف عدد من موظفيها بحال فرض المزيد من عمليات تقليص الموازنة، مضيفاً أن الشركة سبق أن اضطرت إلى القيام بإجراءات مماثلة خلال السنوات الماضية. بحسب CNN.

شركات سلاح تحذر أوباما: أمريكا مهددة بفقدان تفوقها

والشركات: تلك التي تعمل في مجال الصناعات الدفاعية والفضائية الأمريكية.

يذكر أن 110 من الشركات التي تعمل في مجال الصناعات الدفاعية والفضائية الأمريكية، وقعت وثيقة وجهتها إلى الرئيس باراك أوباما وإلى قادة الأكثرية في مجلسي النواب والشيوخ تطالب بإنهاء الاقتطاعات في الموازنة قبل حصول المزيد من الضرر للبنية التحتية لصناعات أمريكا الدفاعية ولتفوقها التقني ولأمنها القومي.

وحملت الوثيقة تواقيع عدد من مدراء أبرز الشركات الدفاعية في أمريكا والعالم، وفي مقدمتها "جنرال داينمكس" و"BAE سيستمر" و"بوينج للصناعات الدفاعية" و"لوكهيد مارتن".

وأقرت الاقتطاعات الأولى من الميزانية والتي تم تطبيقها في مارس الماضي تخفيضات بأكثر من 80 مليار دولار على الإنفاق الدفاعي والمدني، فيما يتوقع إجراء تخفيض إضافي بقيمة 110 مليارات دولار..

والشكل التالي يظهر الفاصل الكبير الذي تصنعه سطور العناوين الممتدة والضخمة بين ما فوقها وأسفلها من سطور المتن ذات المعنى المتصل.

ونتيجة لزحمة العناوين التابعة لذات الموضوع، قد يلجأ المخرج إلى وضع بعض سطور العناوين كي تمتد فوق أحد الإعلانات المجاورة، يضاف إلى ذلك اصطدام العناوين التحريرية مع العناوين التي تصاحب الإعلان، وبخاصة في حالة تشابههما في الشكل والحجم.

ولذلك يفضل استخدام فقرة ثانوية واحدة فقط تلي العنوان الرئيسي، لتكون بمثابة حلقة وصل تسهل انتقال العين من العنوان الرئيس الضخم إلى حروف المتن الصغيرة.

وكي يتحقق ذلك على الوجه الأكمل، ينصح بجمع الفقرات الثانوية على اتساع أقل من ذلك الذي يشغله العنوان الرئيسي، وبخاصة إذا كان الأخير يمتد على عدد كبير من الأعمدة، الأمر الذي يسهم في تخفيف وطأة انتقال العين من اتساع كبير تشغله حروف كبيرة إلى اتساع صغير تشغله حروف المتن الصغيرة .

اتساع العنوان التمهيدي والثابت:

ومن المسائل الإخراجية المتعلقة باتساع العنوان، والتي يجرد الإشارة إليها في هذا الشأن، هو اتساعات العناوين التمهيدية، والعناوين الثابتة، وبالنسبة للعناوين التمهيدية، فقد اتفق التيبوغرافيون على ضرورة أن يجمع العنوان التمهيدي على اتساع أقل من الاتساع الذي يشغله العنوان الرئيسي، وإن اختلفوا حول نسبة تصغير الاتساع، فقدره بعضهم بالنصف، وبعضهم الآخر بالثلث، وثمة رأي ثالث يقول: إن العنوان التمهيدي يجب أن ينطلق من أقصى اليمين، وينتهي حيثما اتفق، على أن يقل في كل الأحوال عن الاتساع المخصص للعنوان الرئيسي ولو بقدر ضئيل.

تلجأ بعض الصحف إلى تحقيق أكبر قدر من الإثارة الإخراجية إلى المبالغة في اتساعات العناوين التمهيدية، بحيث تأتي مجموعة على اتساعات معادلة لاتساعات العناوين الرئيسة التي تمهد لها أحيانا، بل قد تأتي أحيانا أخرى مجموعة

على اتساعات أكبر من تلك التي تشغلها العناوين الرئيسة، وقد ينجم ذلك الإجراء في أحيان كثيرة نتيجة لزيادة عدد كلمات العنوان التمهيدي، مع الحرص في الوقت نفسه على استخدام أحجام كبيرة في الجمع، وفي هذه الحالة يجب اختصار العنوان التمهيدي، أو تصغير الحجم بقد الإمكان.

العنوان العمودي:

وهو يشير إلى سطور العناوين التي لا يزيد اتساعها عن عمود واحد، وهو يميز الإخراج الرأسي، الذي يعتمد على تكوين الصفحة من وحدات طويلة لا عرضية، ونظرا لقلة الاتساع الذي يشغله العنوان العمودي فهو عادة ما يؤخذ أصغر الأحجام مقارنة بالعناوين العريضة والممتدة.

وينتشر استخدام هذا النوع من العناوين على الصفحة الأولى، والصفحات الإخبارية عموما، وصفحات الوفيات، نظرا لقصر الموضوعات أو الأخبار المنشورة على مثل هذه الصفحات، وبصفة عامة يمكن القول: إنه كلما زادت غلبة الإخراج الرأسي على الصفحة زاد انتشار العناوين العمودية على صفحاتها، وكلما زادت غلبة الإخراج الأفقي على الصحيفة، انحسر ظهور هذه العناوين على صفحاتها.

شكل العنوان:

يمكن في هذا المقام أن نستعرض نوعين، وفقاً لما يأتي:

أولاً- العناوين المجموعة:

تتعدد أشكال حروف العناوين المجموعة في ظل ما شهدته الصحافة خلال العشر سنوات الأخيرة من تحول كامل إلى اعتماد نمط الإنتاج الإلكتروني لكل صفحات الصحيفة، بكل ما تتضمنه من عناصر تيبوغرافية وجرافيكية تشترك في البناء التيبوغرافي للصحيفة، حتى أصبحت معظم – إن لم يكن كل – الصحف المصرية مثلاً تنتج اليوم بالكامل باستخدام وسائل إلكترونية، تعتمد في عملها أساسيات التقنية الرقمية بالغة التقدم.

فقد شهدت أشكال حروف العناوين تطورًا كبيرًا وملحوظًا للقارئ العادي، مع انتقال الصحف من اعتماد آلات الجمع التصويري، ولكن حدث التطور

الأكبر مع تحول الصحف إلى نمط الإنتاج الإلكتروني، والتي تجمع في ظله حروف العناوين- وكذا حروف المتن- بواسطة أجهزة الحاسوب الآلي ببرمجياته المتقدمة. ولعل المظهر الأساسي لهذه النقلة الإنتاجية فيما يتعلق بشكل العنوان، يتمثل في التعدد والتنوع الكبير المتاح اليوم في أشكال حروف العناوين المجموعة.

وفيما يلي نعرض لأهم أشكال حروف العناوين المتاحة، والأكثر استخدامًا على صفحات الصحف، وذلك على النحو الآتي:

- **حرفا « بيروت، جديد1 التصويري »:**

ويماثل حرف « بيروت الإلكتروني » حرف « جديد 1» في حروف الجمع التصويري، التي كانت تستخدم في الصحف قبل التحول إلى الإنتاج الإلكتروني، ويستخدم هذا الشكل في جمع القدر الأكبر من العناوين المجموعة بالصحف المصرية سواء على الصفحة الأولى أو الصفحات الداخلية، وبخاصة في جمع العناوين العريضة وتلك الممتدة على عدد كبير من الأعمدة.

ويأتي ذلك الاستخدام في إطار رغبة الصحيفة في إضفاء مزيد من الإبراز والوضوح للعناوين المنشورة على صفحاتها، بهدف جذب انتباه أكبر عدد من القراء وإثارة اهتمامهم، وذلك انطلاقًا من حقيقة مؤداها إن العنوان المجموع بحف بيروت أو جديد1 يتمتع بقوة جذب كبيرة لبصر القارئ؛ نتيجة لسمك الحروف وشدة سوادها، وما يحدثه ذلك من تباين شديد بين لون الحروف شديدة السواد ولون الأرضية البيضاء، يسهم في تحقيق مزيد من الإبراز والوضوح للعناوين على الصفحة.

- **حرفا « بيروت المحدد أو المضلل، جديد 2 التصويري »:**

وهما من الأشكال الأخرى التي يشيع استخدامها على صفحات الصحف، ويتأتى حرف بيروت المحدد أو المضلل من خلال قائمة شكل الكتابة العائمة، وهو أشبه بحرف « جديد 2» في الجمع التصويري، والذي يشبه في تصميمه العام حرف « جديد 1، بيروت»، مع فارق واضح هو أن حرف « بيروت المحدد أو المضلل، جديد 2» مفرغ من الداخل، مع الاكتفاء بتحديد حوافه الخارجية بخطوط سوداء رفيعة، مما يعطي مزيدًا من البياض داخل تكوين الحرف نفسه.

ويعاب على هذا الشكل، أنه قليل التباين بين حروفه ولون الورق، الأمر الذي لا يسهم في وضوح العنوان على الصفحة، على أساس أن حروف العنوان يجب أن تكون داكنة بالدرجة الكافية، باعتباره أحد العناصر التيبوغرافية الثقيلة التي يستخدمها المخرج في بناء الصفحة.

- **« دهب والرياض »:**

وهما من الحروف التي تستخدم بدرجة كبيرة أيضًا مع حروف العناوين، وبخاصة العناوين العمودية والممتدة على عدد قليل من الأعمدة، وهما يتسمان أيضًا بالقاعدة السميكة للحروف.

- **حرفا « الكوفي، أحمد التصويري »:**

وهما يشبهان في تصميمهما حروف الخط الكوفي المكتوب يدويًا، ويعاب على هذين الشكلين صعوبة القراءة، وبخاصة في حالة استخدام أحجام صغيرة في الجمع، ولذلك بفضل استخدامها في نطاق ضيق.

- **حرف « الأندلسي»:**

يشبه في تصميمه الخط الأندلسي، وهو صعب القراءة، ويناسب الموضوعات ذات الطابع الديني، ويجب استخدامه على نطاق ضيق.

- **حرف « مفيد مهدي التصويري »:**

وهو يشبه في تصميمه الخط الأندلسي، ويعاب عليه قبح منظره، وصعوبة قراءته إلى حد كبير، وبخاصة في حالة استخدامه في الجمع بأحجام صغيرة، لذا يجب استخدامه في أضيق نطاق.

- **حروف « البيان.. . وثلث أبيض وأسود.. وفرح »:**

وهي تشبه تقريبًا وبدرجات متفاوتة الخط اليدوي الحر، وهي أيضًا صعبة القراءة إلى حد ما.

- **الحروف المضغوطة:**

وهي من الحروف ذات الانقرائية المنخفضة، لأنها تضعف من تأثير العنوان،

وبخاصة في حالة ضغط الحروف بدرجة كبيرة، على أساس أن الضغط الشديد للحروف يؤدي إلى تشويه شكل الحرف، مما يجعل قراءته عملية صعبة؛ لذا قد يكون من الملائم ضغط الحروف ولكن بدرجة قليلة، حيث يتوقف شكل تشويه الحروف من عدمه على درجة ضغط الحرف.

- **الخط الفارسي:**

ظهر الخط الفارسي في بلاد فارس في القرن السابع الهجري (الثالث عشر الميلادي). ويسمى (خط التعليق) وهو خط جميل تمتاز حروفه بالدقة والامتداد. كما يمتاز بسهولته ووضوحه وانعدام التعقيد فيه. ولا يتحمل التشكيل، رغم اختلافه مع خط الرقعة.

يعد من أجمل الخطوط التي لها طابع خاص يتميز به عن غيره، إذ يتميز بالرشاقة في حروفه فتبدو وكأنها تنحدر في اتجاه واحد، وتزيد من جماله الخطوط اللينة والمدورة فيه، لأنها أطوع في الرسم وأكثر مرونة لاسيما إذا رسمت بدقة وأناقة وحسن توزيع، وقد يعمد الخطاط في استعماله إلى الزخرفة للوصول إلى القوة في التعبير بالإفادة من التقويسات والدوائر، فضلا عن رشاقة الرسم.

حروف الكلمة الواحدة والكلمتين ليصل إلى تأليف إطار أو خطوط منحنية وملتفة يظهر فيها عبقريته في الخيال والإبداع.

- **خط الثلث:**

من أروع الخطوط منظرا وجمالاً وأصعبها كتابة وإتقانا، يمتاز عن غيره بكثرة المرونة إذ تتعدد أشكال معظم الحروف فيه، لذلك يمكن كتابة جملة واحدة عدة مرات بأشكال مختلفة، ويطمس أحيانا شكل الميم للتجميل، ويقل استعمال هذا النوع في كتابة المصاحف، ويقتصر على العناوين وبعض الآيات والجمل لصعوبة كتابته، ولأنه يأخذ وقتاً طويلاً في الكتابة.

العناوين الخطية:

على الرغم من التعدد والتنوع الكبير في شكل الحروف المجموعة، الذي أتاحه اليوم استخدام نظم الكمبيوتر المتقدمة وبرمجياته ذات الإمكانات الهائلة في معالجة الكلمات، إلا أن بعض الصحف لا تزال تستخدم العناوين الخطية المكتوبة باليد من قبل خطاطي الصحيفة، إلى جانب العناوين المجموعة، وإن كانت الغلبة للأخيرة بشكل واضح.

وكما الحال في العناوين المجموعة، تتعدد أنواع الخطوط العربية، في إطار العناوين الخطية، فهناك خط النسخ ذي القاعدة العريضة الشبيهة بالعنوان المجموع بحرف « بيروت أو جديد 1التصويري »، والنسخ الكلاسيكي، والنسخ الصحفي، وهناك خط الرقعة، والهندسي، وخط الثلث، والكوفي، والكوفي القديم، والفاطمي والديواني، والأندلسي والفارسي، والخط الحر وغيرها.



نموذج
قف دون رأيك في الحياة مجاهدًا إن الحياة عقيدة وجهاد
قف دون رأيك في الحياة مجاهدا إن الحياة عقيدة وجهاد
قف دون رأيك في الحياة مجاهدا إن الحياة عقيدة وجهاد
قف دون رأيك في الحياة مجاهدا إن الحياة عقيدة وجهاد

ولكل نوع من أنواع الخطوط العربية شخصيته المتميزة، التي يمكن استغلالها مع نوعيات بعينها من الموضوعات، بما يحقق انسجام شكل العنوان مع مضمونه أو مضمون الصفحة بشكل عام. كأن يتم استخدام خط الرقعة مع عناوين الموضوعات الإخبارية، وبخاصة عناوين الصفحة الأولى لما تتميز به من قوة وسرعة في القراءة، واستخدام الخط الفارسي في الموضوعات التي يغلب عليها طابع الرقة كالموضوعات الأدبية، والموضوعات الخاصة بالمرأة، واستخدام الخط الكوفي مع الموضوعات ذات الطابع الديني، وهكذا.

ويحقق استخدام العناوين الخطية- وبخاصة مع العناوين العريضة والممتدة على عدد كبير من الأعمدة- قدر كبير من التباين مع العناوين المجموعة، على الصفحة الواحدة وخلال الصحيفة، الأمر الذي يترتب عليه تحقيق قدر كبير من الإبراز لعناوين الموضوعات، وبخاصة مع استخدام خط الفرشاة السميك الذي يحقق أكبر قدر من الإبراز للعنوان على الصفحة، ومن ثم جذب اهتمام أكبر عدد من القراء، وإثارة اهتمامهم بالمادة المنشورة في الصحيفة.

هذا فضلا عن استخدام الخط اليدوي في كتابة العناوين، يتيح إمكانية إضفاء بعض التنويعات على العنوان، كالمؤثرات الحسية التي تضاف إلى حروف العنوان، التي تلعب فيها ملكة الفنان دورا بارزا في سبيل زيادة قدرة العنوان على التعبير عن مضمونه، أو لإعطاء إيحاءات معينة.

ورغم تلك المزايا العديدة للعناوين الخطية، إلا أنه لم يعد مقبولا الآن من الصحف إضاعة الوقت والجهد في اللجوء إلى الخطاط لكتابة بعض عناوين

الصحيفة، كما كان يحدث من قبل في فترات إعتماد الصحف على آلات الجمع الساخن، أو الجمع التصويري التي كانت تفتقر- وبخاصة آلات الجمع الساخن- إلى التعدد والتنوع في أشكال حروف العناوين.

أرضية العنوان:

تعد أرضية العنوان من الإجراءات التيبوغرافية المتعلقة بشكل العنوان، حيث تلعب الأرضية المطبوع عليها العنوان دورا بارزا في وضوحه على الصفحة، ولعل أفضل العناوين وأوضحها هو العنوان المطبوع بالأسود بلون الحبر على أرضية بيضاء بلون الورق، نظرا إلى أن هذا الشكل هو ما اعتاد عليه القارئ من جهة، ولأنه يتيح أكبر قدر من التباين بن الشكل- حروف العنوان والأرضية—بياض الورق – من جهة أخرى.

وفي ذات الوقت، فإن استخدام الأرضيات بأشكالها المختلفة في طبع العنوان، من شأنه جذب انتباه القارئ إليه، فضلا عن أنها تتباين مع سطور العناوين الأخرى على الصفحة الواحدة، ولعل ذلك ما يدفع الصحف عموما إلى التحكم في أرضية العنوان كإحدى وسائل إبرازه على الصفحة، فتلجأ إلى استخدام الأرضيات في طبع كثير من عناوين موضوعاتها.

ويأتي استخدام الأرضيات مع حروف العناوين بأكثر من شكل، كما هو الحال في استخدام الأرضيات مع حروف المتن، كما يتم تفريغ حروف العنوان من أرضية داكنة، بما يجعلها تظهر بيضاء بلون الورق والأرضية سوداء بلون الحبر.

أو يتم تفريغ حروف العنوان من أرضية شبكية باهتة، أو طبع حروف العنوان بالأسود على الأرضية ذاتها، أو جعل الحروف ذاتها شبكية من خلال التحكم في درجة تظليل الحروف من أمر « درجة التظليل » بقائمة تنسيق ببرنامج الناشر الصحفي، مع طبعها بأرضية بيضاء بلون الاورق أحيانا، أو تفريغها من أرضية سوداء بلون الحبر أحيانا أخرى، أو طبع حروف العنوان بالحبر الأسود على أرضية « جريزيه ».. إلخ.

وعلى الرغم من أن كل هذه الإجراءات تلقى معارضة من بعض التيبوغرافيين، نظرا لما تتضمنه من العيوب البصرية، ومن ثم تتسبب في إرهاق بصر القارئ إلا أنها تحظى بتأييد بعضهم الآخر، على أساس أن الإرهاق لا يصيب بصر القارئ من استخدام الأرضيات إلا في حالة مواصلة القراءة لفترة طويلة من الوقت، وهو ما لا يتحقق إلا بالنسبة إلى حروف المتن التي تستغرق قراءتها فترات طويلة، أما حين يراد لفت نظر القارئ إلى أحد عناوين الصفحة، فلا غضاضة من اتباع أي إجراء من الإجراءات السابقة، دون خشية على بصر القارئ.

ولكن الأمر الذي لا نحبذه، هو الإسراف في استخدام الأرضيات على الصفحة الأولى أو خلال الصحيفة، وذلك لأن الإسراف في أي شيء يفقده معناه، بمعنى أن الإسراف في العناوين المطبوعة على أرضية سوف يفقدها تميزها عن العناوين العادية – الأسود على أبيض- ومن ثم يفقدها القدرة على جذب الانتباه بدرجة أكبر من تلك العادية، بل قد تصبح بذلك العناوين العادية هي الأكثر لفتا للإنتباه.

ومن الإجراءات التي تدخل أيضا في باب الإسراف في استخدام الأرضيات، استخدام أكثر من علاقة بين الشكل « حروف العنوان » والأرضية المطبوع عليها، كما يتم تفريغ الحروف من أرضية قاتمة أو رمادية، مع وضع العنوان وأرضيته معا بمثابة شكل واحد على أرضية أخرى، وهكذا.. وهو ما يجب الابتعاد عنه قدر الإمكان على أساس أن هذا الإجراء من شأنه خلق علاقات معقدة بين حروف العنوان والأرضية المطبوع عليها، الأمر الذي يتنافى والبساطة في الشكل، التي تقترن بوضوح العناوين على الصفحة.

والأكثر سوءا من ذلك، أن تلجأ الصحف إل إجراء المغايرة في نوع العلاقة بين الشكل والأرضية، بالنسبة لكل حرف من الحروف المكونة لكلمات العنوان الواحد، بحيث يظهر كل حرف من حروف العنوان نفسه بعد الطبع مكونا من شكلين مختلفين، كأن يتم طبع الأجزاء السفلية أو العلوية من حروف العنوان جميعا بالأسود على أرضية رمادية، في حين يتم طبع الأجزاء الأخرى من ذات الحروف بالأسود على بياض الورق.

حجم العنوان:

يعد حجم العنوان إحدى وسائل التمييز التيبوغرافي في المهمة للعناوين المنشورة على صفحات الصحيفة، فمن المعروف أنه كلما زاد حجم العنوان زادت قوة جذبه لانتباه القراء وإثارة اهتمامهم، ويتحكم في تحديد حجم العنوان على الصفحة عدد من العوامل التيبوغرافية، تتحد فيما يأتي:

العناصر التيبوغرافية التي تتحكم بحجم العنوان:

1 - العناصر الثقيلة الأخرى المنشورة على ذات الصفحة:

فثمة علاقة طردية بين هذه العناصر من ناحية، وحجم العنوان من ناحية أخرى، فكلما زادت العناصر عددا ومساحة، وجب زيادة أحجام العناوين المنشورة على ذات الصفحة.

2 – مساحة الصفحة:

وثمة علاقة طردية أيضا هنا بين مساحة الصفحة من ناحية وحجم العنوان من ناحية أخرى، فكلما زادت مساحة الصفحة المنشور عليها العنوان، استدعى ذلك تكبير العنوان بما يتناسب والمساحة الكبيرة المنشور عليه.

3 - مساحة البياض المحيط بالعنوان على الصفحة:

أما في هذه النقطة فند علاقة عكسية بين البياض المحيط بالعنوان من ناحية وحجم الععنوان من ناحية أخرى، فكلما زادت هذه المساحة، أمكن حجم العنوان بحجم أصغر، على أساس أن البياض المحيط بالعنوان يعوضه عن صغر الحجم من حيث قوة تأثيره.

4 – لون العنوان:

إن استخدام لون إضافي في طبع العنوان يتطلب استخدام أحجام أكبر للعنوان، عما لو تم طبعه بالأسود، نظرا لأن الأسود يحقق درجة أكبر من التباين مع لون الورق.

5 – شكل الحرف:

فالحروف المضغوطة أو المائلة وغيرها من الأشكال صعبة القراءة، تتطلب أحجامًا أكبر من الحروف المادية، مما يساعد على ارتفاع درجة وضوحها ومقروئيتها.

6- عدد الكلمات في السطر الواحد:

فثمة علاقة عكسية بين عدد كلمات العنوان من ناحية، والحجم المستخدم في الجمع من ناحية أخرى، فكلما زاد عدد الكلمات التي يتضمنها، أجبر ذلك المخرج على تصغير حجم الحرف المجموعة به، أو اللجوء إلى توزيع العنوان على أكثر من سطر مع تكبير حجم الحرف المستخدم، وذلك على افتراض تثبيت الاتساع المخصص للعنوان.

7- اتساع العنوان:

فثمة علاقة طردية بين حجم العنوان من ناحية، والاتساع المخصص له من ناحية أخرى، فكلما زاد اتساع العنوان، استوجب ذلك زيادة حجم الحرف ليناسب مع الاتساع الكبير المنشور عليه العنوان، والعكس صحيح؛ أي كلما زاد الحجم المستخدم في الجمع، استوجب ذلك زيادة الاتساع، وذلك مع افتراض تثبيت عدد كلمات العنوان في الحالتين.

8- كثافة الحرف:

عند اختيار الكثافة يجب النظر إلى الحجم، حيث إن جمع العنوان بحجم صغير، وكثافة بيضاء لا تأثير له بل عديم الأهمية، في حين يكون ذات العنوان ذا تأثير كبير في حالة جمعه بالحروف السوداء من الحجم نفسه. إذن، فعلى المخرج أن يوازن بين الحجم والكثافة، ويمكنه الحصول على تأثير الكثافة الأعلى- السوداء- باستخدام حجم أكبر حتى ولو كانت الحروف مجموعة بالكثافة البيضاء، في حين أن العكس غير صحيح، فالكثافة السوداء لا تعوض صغر الحجم في جذب الانتباه. وعليه، فإن عنوانا مجموعا بحجم صغير، وبالحروف السوداء لا يحقق جذب انتباه القارئ

9- أهمية الموضوع:

هنالك علاقة طردية بين الموضوع من جهة وبين حجم العنوان من جهة أخرى، إذ من الطبيعي أنه كلما زادت أهمية الموضوع في ضوء السياسة التحريرية للصحيفة، استوجب ذلك زيادة حجم العناوين المصاحبة لذلك الموضوع، حتى يتحقق له القدر الكافي في جذب الانتباه، وإثارة اهتمام القراء.

10- مساحة الموضوع:

هنالك علاقة طردية بين مساحة الموضوع من جهة وحجم العنوان من جهة أخرى، فموضوع – مثلا- يحتل مساحة صفحة كاملة، ليس بالمنطقي أن تتساوى عناوينه في الحجم مع عناوين موضوع صغير يشغل – مثلا- ربع صفحة أو أقل، فضلا عن أن المساحة الكبيرة التي تفردها الصحيفة لموضوع ما لهو دليل واضح على الأهمية التحريرية الخاصة لهذا الموضوع لدى الصحيفة، مما يفرض عليها أن تحقق له قدرا كبيرا من الوضوح والإبراز يتفق والحيز الكبير المخصص له بالصحيفة.

11 – وظيفة العنوان:

أي نوع العنوان من حيث الوظيفة ما إذا كان عنوانا رئيسيا، أو ثانويا، أو تمهيديا.. إلى آخره.

12- عامل تكنولوجي:

ويتمثل تأثيره في تحديد الحد الأقصى لإحجام العناوين، التي يمكن للصحيفة إنتاجه واستخدامه في إطار النمط الإنتاجي المستخدم في الصحيفة. ولذا يشير العامل التكنولوجي إلى طريقة جمع الحروف المستخدمة لدى الصحيفة في إطار النمط الإنتاجي المتبع بالصحيفة، فقديما كانت الصحف تستخدم في جمع حروف المتن، آلات الجمع الساخن سواء التي تجمع الحروف الرصاصية حرفاً بحرف " آلات المونوتيب " ، أو تلك التي ظهرت بعدها وتجمع الحروف الرصاصية سطرًا بسطر « آلات الإنترتيب واللينوتيب»، في ظل الطباعة البارزة، وفي هذه الآونة كانت الصحف تستخدم آلات « لدلو » في جميع حروف العناوين، وكان يعيب هذه الآلات

استهلاكها للكثير من الجهد والوقت، والأحجام الصغيرة التي تتيحها هذه الآلات إذا كان يمكنها جمع العناوين بحد أقصى للحجم ة يبلغ 36 بنط فقط.

تطورت الصحف بعد ذلك مع تحولها إلى الطبع بطريقة « الأوفست » إلى استخدام ما يعرف بالجمع البارد للحروف بواسطة أجهزة الجمع التصويري، التي تتيح إمكانات أكبر في جمع الحروف، حيث تتيح – فيما يتعلق بالحجم- إنتاج الحروف بحجم يصل إلى 72 بنط. وصولا إلى تقنية ة الإنتاج الإلكتروني للحروف والكلمات بواسطة أجهزة الحاسب الآلي ذات الإمكانات الهائلة في معالجة الكلمات من جوانبها كافة. حيث تتيح هذه التقنية إمكانية إنتاج الحروف إلكترونيا، وفي ثوان معدودة بأحجام تتراوح من 1 – 327 بنط، وإلى 500 بنط طبقًا لنوع البرنامج المستخدم في معالجة الكلمات بالصحيفة.

طرز العناوين:

وهي تشير إلى الأشكال التي تظهر بها العناوين من حيث انفراد سطورها، أو تعددها، والطريقة التي ترتب بها السطور في حالة التعدد، من حيث علاقة بعضها ببعض من ناحية، وعلاقة اتساعها باتساع الحيز الذي تشغله بين الأعمدة المخصصة لها على للصفحة من ناحية أخرى.

إن الطراز الذي يتخذه العنوان على الصفحة، يسهم إلى حد كبير في تحديد كمية البياض المتروك على جانبيه، إذ إن ثمة طرزًا بعينها من شأنها توفير كمية كبيرة من البياض على جانبي العنوان، أو على أحد جانبيه دون الآخر، مما يساعد في وضوح وإبراز العنوان على الصفحة.

وعلى أية حال، يتم التمييز بين طراز وآخر من حيث عاملين اثنين هما:

تساوي أطوال السطور من عدمها، وتساوي أطوال السطور مع الحيز المخصص للعنوان على الصفحة من عدمه، يتضح ذلك بالتعرض لأهم طرز العناوين وأكثرها استخدامًا بالصحف فيما يأتي:

1. العنوان المليان:

وفيه يتم جمع سطور العنوان بحيث تتساوى جميعًا في الاتساع من جهة، وتتساوى في الوقت نفسه مع اتساع الحيز المخصص لها على الصفحة من جهة

أخرى، ويعد هذا الطراز هو الوحيد الذي لا يترك مزيدا من البياض على جانبي أي سطر من سطور العنوان، ومن ثم يقتصر البياض على جانبي العنوان المليان فقط على البياض المتروك بين الأعمدة.

2. العنوان الموسطن:

وفيه يتم جمع سطور العنوان بحيث تتساوى جميعها في الاتساع، ولكن يقل طول كل منها عن الحيز المخصص للعنوان على الصفحة، وتوضع السطور بحيث تتوسط ذلك الحيز، ويتساوى البياض المتروك على يمين العنوان بكل سطوره مع ذلك المتروك على يساره، ومن ثم فإن هذا الطراز يوفر مزيدا من البياض على جانبي العنوان بحيث يسهم في زيادة إبرازه ووضوحه على الصفحة.

3. العنوان المتدرج:

وفيه يكون السطر الأول منطلقًا من اليمين- اليسار في الصفحة الأجنبية – والسطر الثالث منطلقًا من اليسار- اليمين في الصحف الأجنبية- بينما يكون السطر الثاني متمركزًا في وسط الحيز المخصص له على الصفحة، وإذا زاد عدد السطور عن ثلاث، توضع معًا بحيث تكون حواف السطور الخارجية شكل متوازي الأضلاع. ويفترض في هذا الطراز تساوي أطوال السطور، مع اختلاف نقطة بداية كل سطر منها على الحيز المخصص للعنوان على الصفحة، والشكل التالي يوضح صورة هذا العنوان، كما يأتي:

أطفال فلسطين

زهور تذبل في زنازين الاحتلال

والمنظمات الدولية لا تحرك ساكنا

4. العنوان الهرمي:

ويقوم على فكرة وضع كل سطر بحيث يتوسط الحيز المخصص له على الصفحة، وفيه يكون السطر الأول هو أطول السطور، وتتدرج السطور التالية له في الاتساع، بحيث يكون كل سطر أطول من الذي يليه حتى يكون السطر الأخير هو أقصر سطور العنوان.

وبذلك يأخذ العنوان شكل الهرم المقلوب، ويمكن التعامل مع سطور العنوان بطريقة عكسية لنحصل في النهاية إلى عنوان يشبه شكله الخارجي الهرم المعتدل.

ويعيب هذا الشكل "أي الهرم المعتدل" أنه يشتت العين، ويخلط البياض حول الهرم مع بياض الهامش إذا كان الموضوع في أعلى الصفحة.

ومن جهة أخرى يمكن وضع السطور بحيث تكّون معا شكل هرم معتدل، وفيه يكون السطر الأخير هو أطول السطور وتتدرج السطور الأخرى في الاتساع بحيث يكون كل سطر أطول من الذي يعلوه، وبذلك يكون السطر الأول هو أقصر سطور العنوان من هذا الطراز. ويعيب هذا الطراز أنه يقود العين بعيدًا عن العنوان، وموضوعه المصاحب، لذا يفضل استخدامه فقط في حالة عدم وجود عناصر أخرى في أعلى العنوان حتى لا يوجه العين إليها بعيدا عن الموضوع، على الرغم مما في ذلك من عيوب أخرى، إذ إنه في هذه الحالة سوف يوجه العين إلى خارج الصفحة، فضلا عن اختلاط البياض الموجود على جانبي العنوان ببياض الهامش العلوي في حالة نشره في أعلى الصفحة، والشكل الآتي يوضح ذلك.

أطفال فلسطين

زهور تذبل في زنازين الاحتلال

الإسرائيلي والمنظمات الدولية لا تحرك ساكنا

5. العنوان المنطلق من اليمين:

وفيه يبدأ العنوان سواء تألف من سطر واحد أو من عدة أسطر من جهة اليمين، على أن تترك نهايته حرة بحيث لا تصل إلى نهاية الحيز المخصص للعنوان على الصفحة في كل الأحوال. ويتميز هذا الطراز بالبساطة، لأنه يبدو وكأنه يتحدث إلى القارئ بطبيعية وتلقائية ودون تكلف.

وقد ثبت بالبحث أن هذا الطراز هو أيسر الطرز قراءة نظرا لأنه يتفق والمسرى الطبيعي لحركة العين عند القارئ العربي. والشكل الآتي يظهر شكل هذا العنوان:

أطفال فلسطين. . زهور تذبل في زنازين الاحتلال.

6. العنوان المنطلق من اليسار:

وهو عكس الطراز السابق، وهو من الطرز غير المرغوبة (عربيا)، لأنه يربك العين في البحث عن بداية كل سطر.

تتوحد فيه نهايات السطور تختلف بداياتها، وهو من الطرز غير المرغوبة، وهو يعاكس المسار المألوف للعين في أثناء عملية القراءة.

7. العنوان المعلق:

وفيه يوضع السطر أو السطور الأولى بحيث تشغل الحيز المخصص للعنوان بأكمله، مع وضع السطر أو السطور الأخيرة بحيث تكون أقل من الاتساع، وتتوسط الحيز المخصص للعنوان، على أن يتساوى البياض المتروك على جانبيها. والشكل لآتي يوضح ما ذهب له ذلك التوضيح.

أطفال فلسطين.. زهور تذبل في زنازين الاحتلال

والمنظمات الدولية لا تحرك ساكنا

اتجاه العنوان:

ويشير اتجاه العنوان إلى المسرى الذي يسير فيه بصر القارئ أثناء قراءة العنوان على الصفحة. ويعد العنوان (الأفقي المستقيم) ذو السطر الواحد أكثر العناوين وضوحا على الصفحة، لسهولة التقاط العين حروف العنوان في أقصر وقت ممكن وبأقل جهد، ويعود ذلك لاتفاق اتجاه العنوان الأفقي مع المسرى الطبيعي لحركة العين الأفقي المستقيم أثناء القراءة.

لكن هناك من يتعامل مع العنوان من حيث الاتجاه بأشكال مختلفة نعرض هنا لبعضها:

1. العنوان المائل:

وفيه يوضع العنوان بشكل مائل على الصفحة بحيث يتجه من أعلى اليمين إلى أسفل اليسار في بعض الأحيان. وغم ما يحققه هذا النمط من لفت للانتباه يعد أقل وضوحا من العناوين الأفقية.

2. العنوان الرأسي :

وفيه يوضع العنوان بشكل رأسي على الصفحة، بحيث تتخذ عين القارئ في قراءته مسرى رأسيا من أعلى إلى أسفل، وهو إجراء غير مستحب للأسباب التي أوردناها عند الحديث عن العنوان المائل.

3. العنوان المقروء رأسيا:

وفيه تتم كتابة العنوان بحجم كبير، مع نشره على اتساع ضيق، وبذلك يتكون العنوان من عدد كبير من السطور، بدلا من نشره على سطر واحد، وبالتالي يتكون كل سطر من كلمة أو كلمتين، وينجم هذا الإجراء إرهاق لعين القارئ، نظرا لحركة العين الترددية من نهاية كل سطر إلى بداية السطر الذي يليه وهكذا، إضافة إلى ما يسببه هذا الإجراء من بتر وتجزئة للمعنى الواحد الذي يجب أن يبقى متصلا.

4. العنوان المتموج:

وفيه يوضع العنوان بشكل مموج، أي ليس مائلا ولا رأسيا بحيث تسير كلماته في خط مموج بين الارتفاع والانخفاض. ويمكن استخدام هذا النوع بشكل درامي ناجح إذا دعت الحاجة إلى ذلك.

5. العنوان متعدد الاتجاهات:

ويكون ذلك بجمع الكلمات الأولى من العنوان في وضع رأسي مستقيم من أعلى إلى أسفل، في حين توضع بقية الكلمات بشكل أفقي، وينتج عن هذه المعالجة العديد من السلبيات، أهمها إرهاق بصر القارئ الذي يجبره العنوان على السير في اتجاهين مختلفين فضلا عن البتر في المعنى الذي يحمله العنوان.

الفصل الرابع

إخراج الصورة الصحفية

مقدمة:

اقتحمت الصورة الصحفية حياة الإنسان بفضل التطور التكنولوجي المذهل، الذي شاهده عالمنا اليوم في مجالات شتى، وخاصة مجال تطور وسائل الاتصال في الصحافة الورقية إلى الصحافة الإلكترونية إلى الفضائيات، والتي تنقل إلى الإنسان كل يوم آلاف الصور والمشاهد من عالمنا « القرية الصغيرة» وتقتحم الصور علينا في بيوتنا في كل وقت من أوقات النهار والليل، وحتى يستسلم الإنسان إلى النوم، وفي ظل هذا التطور لا توجد على الإطلاق صحف بلا صور إلا تلك التي تتخذ موقفاً بعدم نشر الصور، بسبب طبيعة هذه الصحف، وسياستها التحريرية، وعلى الرغم من ذلك فقد أصبحت الصور الصحفية أهم شيء بارز في صحيفة اليوم.

والسبب في ذلك نجده في طبيعة الفن الصحفي حيث أصبح فنًا بصريًا يعتمد على الصور والرسوم، وأصبحت الصور الفوتوغرافية تلعب دورًا مهمًا في تحقيق أهداف الصحافة في ذلك العصر الذي سمي بعصر حضارة الصورة، وتستورد لغة بصرية جديدة نشأت نتيجة للتقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال.

ومن هنا تعد الصورة الصحفية إحدى المكونات الأساسية للصحيفة الحديثة، بل إن الصحف اليومية وبعض المجلات تعتمد على الصورة بأنواعها كوسيلة اتصال مطبوعة. وأنواع الصور الصحفية ظلية وهي الصور الفوتوغرافية، وصور مرسومة وهي يدوية، وقد تكون صورًا خطية مرسومة كالكاريكاتير، وقد تكون رسومًا توضيحية كالخرائط والرسوم البيانية. فرسالة الصحافة الحديثة لا تعتمد على الرسالة المقدمة للقارئ، فنحن في ظل تقدم وسائل الاتصال الحديثة، وشبكات المعلومات المختلفة، وكلها تعتمد على التأثير بالصورة في حاجة إلى مواكبة التقدم في مجال تقديم الصورة.

وإذا ضربنا المثل بكاتب شهير، فإنه يقدم مادة مكتوبة، ولكن هنالك ضرورة لتقديم صورة مصاحبة له ليعرفه القارئ، مثلما أن الصحف استطاعت أن تؤثر من خلال الصورة، أو ما يسميه وفيق الطيبي بالدور الإيجابي للصورة، فقد أشار إلى المثل الصيني: « الصورة تساوي عشرة آلاف كلمة » ويرى أن النص مع الصورة يعني موضوعًا واحدًا متكاملاً.

ولذلك تعد الصورة الصحفية عنصرًا مهمًا وأساسًا في جذب الانتباه للفن الصحفي، وإدراكه بسهولة، وتذكره بيسر، فالصورة الفوتوغرافية خصوصًا وسيلة ولغة عالمية لنقل المعلومات، بحيث يمكن لأي فرد مهما اختلفت لغته وثقافته أن يفهمها.

كما تتميز الصورة المطبوعة الثانية بخاصية فريدة وهي، قدرتها على عزل لحظات من الزمن، وتجميد الحركة بكل انطباعاتها الظاهرة، وكثيرًا ما تترجم الصورة أعماق فكر الأشخاص مما يجسد الحدث أمام القارئ، ويتيح له فرصة التأمل والتعمق والتفاعل مع الصورة ومع ما يحيط بها أو يصحبها من تعليق.

كما تعد الصورة الصحفية الفوتوغرافية من أكثر الفنون الجرافيكية التي أصابت الكثير من أوجه التطور التكنولوجي، وقد تمثل ذلك في تطوير سرعة الحصول على الصورة، وسرعة معالجتها وإنتاجها، وتوزيعها بالإضافة إلى دخول الإلكترونيات مؤخرًا بصورة كبيرة في كل العمليات الخاصة بالصورة.

مفهوم الصورة الصحفية:

يفضل قبل عرض التعريفات التي تتناول مفهوم الصورة الصحفية، لا بد أن يميز القارئ أولاً بين الصورة كعمل فني بحت، والصورة كإحدى قنوات الاتصال، فالفنان عادة مصور قد لا يهتم برد فعل القارئ، الذي يتراوح بين الإعجاب والسخط، بينما المصور القائم بالاتصال لا بد أن يكون متأكد من أن كل قارئ سوف يحصل على المعلومات نفسها، التي يحصل عليها القراء الآخرون، فالاتصال يجب أن يكون دقيقًا، وألا يتعرض للتفسير والتأويل من كل عقل.

فنجد الصورة الصحفية في المعجم المصور للفنون الطباعية هي كل ما ينشر في المطبوعات، غير منتم إلى الحروف، وبذلك يشير المصطلح إلى كافة العناصر الجرافيكية، التي تشترك في بناء الصفحة، كالصور الفوتوغرافية والرسم بكافة أنواعه، والصورة أحد الفنون التحريرية المهمة، التي لا غنى عنها في الصحف الحديثة، فهي توجه رسالة إلى القارئ من أوضح ما يكون، تحسها العين أسرع من حسها للحروف.

وفي تعريف آخر للصورة الصحفية: هي صورة منفردة لتغطية حدث مهم تجلب المتعة والمشاهدة، وتقدم معلومات كاملة، وتسجل زمن الموضوع وتتجه باتجاه بؤر الخبر، وغالبًا ما تجسد بإتقان التأثير الفني، والتركيب غير الاعتيادي، للصورة التي تكون وافرة الحركة. أما « إربي » من مؤسسة بوينتر للدراسات الإعلامية بالولايات المتحدة الأمريكية، فقد وصف الصورة الصحفية بأنها صناعة تستخدم لتوثيق الحياة، مثلما أنها لغة عالمية تتجاوز حدود اللغة والثقافة.

وقد أوردت بعض المعاجم عددًا من التعريفات للصورة، وتمتد كلمة صورة بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة "Icon" والتي تعني التشابه والمحاكاة، والتي ترجمت إلى Imgo في اللاتينية، و Image في الإنجليزية، وقد لعبت هذه الكلمة ودلالاتها دور مهم في تأسيس كثير من أنظمة التمثيل، أو التمثيل للأفكار والنشاطات، وهناك تنوعات وتباينات مهمة في استخدام مصطلح الصورة، بعضها مرتبط بالصورة الإدراكية الخارجية، أو الصور العقلية الداخلية، والصور التي تجمع بين الداخل والخارج، أو الصورة بالمعنى التقني والآلي أو حتى الرقمي.

ويعرف « القاموس المحيط » الصورة يقوله: الصورة بالفم والشكل جمع صور وصور، وقد صوره فتصور.

ويعرف "كتاب التعريفات" الصورة بقوله: صورة الشيء ما يؤخذ منه عن حذف الشخصيات، ويقال صورة الشيء ما يحصل به بالفعل.

والصورة في معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب تعني: ما قابل المادة، وصورة التمثال هي الشكل الذي أعطاه المثال إياه.

ومن ذلك تعد الصور عنصر مهم في الصحيفة الحديثة، وهي تشمل الصور الفوتوغرافية، والرسوم البيانية والخرائط والكاريكاتير وما إليها.

فالصورة الفوتوغرافية: هي كلمة التصوير الفوتوغراف تتكون من أصل إغريقي من كلمتين هما (photos) ومعناها ضوء، وكلمة (graphs) ومعناها كتابة، وبذلك تعني كلمة (photography) الكتابة بالضوء.

وهي الصورة التي تلتقط بواسطة آلات التصوير المعروفة. وقد تكون صور الأشخاص، أو مناظر طبيعية، أو أشياء عادية يستخدمها الإنسان في حياته .

«لا تفكر الروح أبدًا من دون الصور»، هكذا كان أرسطو يقول، وتعطي بعض القواميس نحو عشرة تعريفات لكلمة صورة، بدءا من الإشارة إلى عملية إعادة الإنتاج للشكل الخاص بإنسان أو بموضوع معين، إلى الإشارة إلى كل ما يظهر على نحو خفي، وبخاصة إذا كان غريبًا، أو غير متوقع كالأشباح مثلاً، وفيما بين هذين المعنيين تشتمل التعريفات على استخدامات خاصة للمصطلح في علوم أخرى، مثلما أن هنالك كذلك معاني عامة للمصطلح تجسد الخصائص المرتبطة بالصور المرئية، وكذلك الجوانب العقلية، والتي تشتمل على الوصف الحي.

لقد ذكر ميتشل أن كلمة أيدلوجيا تمتد جذورها داخل مفهوم الصورة والتفكير في الصورة، وقد جاءت كلمة ايدولوجيا، مثلما قال من كلمة فكرة idea التي جاءت من الفعل يرى to see في اللغة الإغريقية وهو فعل كثيرا ما كان يتم ربطه بالفكرة العامة حول الصنم eidolon أو الصورة المرئية visible image، والتي هي فكرة جوهرية في البصريات ونظريات الإدراك.

الصورة الصحفية من الناحية الجرافيكية:

كلمة « جرافيكي » هي التعريف المتفق عليه لكلمة Typography باللغة الإنجليزية أو في اللغة الفرنسية « Typographie» وكلا الكلمتان تتقسمان إلى مقطعين أولهما "Type" وهو النطق اللاتيني لكلمة "Type" الحديثة ومعناها: الحرف الطباعي، أما ثانيهما فاصلة "graphien" باللاتينية لكلمة النقش أو الرسم، ليصير معنى المصطلح كلمة "رسم الحروف الطباعية" .

و "الجرافيكي" أيضًا هي تعريب جرافيكي، ويقصد بها الشكل وطريقة الإخراج، والصورة مثل العناوين من حيث تفاوت أهميتها بين صفحة وأخرى، وكذا فإن هذا المصطلح يقصد به أيضًا الهيئات المطبوعة، ومهمتها تتعلق بالشكل المادي للصحيفة، من حيث مساحتها، وعدد أعمدتها ونوع الحركات الجرافيكية

المستخدمة وترتيبها، ووضوحها وتنسيقها داخل الصفحات المختلفة بالصحف والمجلات.

وتطرق بعض المهتمين إلى تعريف الصورة من خلال المفاهيم التي تتعلق بالإخراج الصحفي، وفي هذا الجانب يتضح ما يأتي:

إن الصورة أحد العناصر الجرافيكية الأساسية، فهي تشترك مع حروف العناوين، والفواصل، والمسافات البيضاء في بناء الجسم المادي للصفحة أيًا كان شكلها وطريقة إخراجها.

ويؤيد هذه الرؤية "رائد محمد إبراهيم" حيث يرى أن الصورة هي عنصر جرافيكي مهم وثقيل، تتعاون مع العناصر الأخرى والعناوين، والألواح لبناء صفحة متوازية ثابتة الأركان.

بينما يرى "ادموند أرنولد Edmound Arnold" أن الصورة من الناحية الجرافيكية ،هي عنصر فعال في بناء الصفحات، فهي تستخدم للفصل بين العناوين وتثبيت أركان الصفحة، وإضفاء الجاذبية على شكلها، إضافة إلى أنها تزيد من جذب النظر للموضوعات التي تصاحبها، وفي تصنيف الأخبار بحسب أهميتها.

وعلاوة على دورها النفسي والفسيولوجي والفني لكونها عنصرًا جرافيكيًا، يتميز بالثقل والسواد بدرجات متفاوتة، فإنها تعمل على جذب انتباه القراءة، وتوجيه حركة العين، وفقًا لما تتطلبه طبيعة الموضوعات المنشورة، وفضلاً على أنها تضفي على الصفحة حيوية وحركة بما تقوم به مع العناوين من كسر حدة السطور الرمادية الباهتة للمتن، وما تضفيه من رتابة وجمود .

إخراج الصور الظلية والخطية:

إخراج الصور: يبدو أن الصورة في الصحافة أكثر فصاحة من النص، قول يؤمن به الكثيرون، ويدركونه، لكنهم لا يعلمون به، وهذا في الواقع ما تدل عليه الممارسة والواقع.

يبرز سؤال مهم مفاده، كيف يختار المخرج الصحفي الصورة التي ستحتل الصفحة الأولى ؟ وكيف يحدد الصورة تلك التي مع هذا الخبر أو مع ذاك ؟ أسئلة

تحيل إلى مزيد من الأسئلة الأخرى، وتقرب المخرج الصحفي حين يسألها إلى واقع ممارسته في الإخراج الصحفي، وقد تكشف تلك الأسئلة عن سؤال مفصلي قد يسأله الباحث في هذا المجال، وقد يكون مفاده هل تعتمد صحفنا العربية مصورين محترفين، وكم تخصص إدارة المؤسسات الصحفية من اهتمام لهذا الجانب، وماذا عن حقوق الصورة ؟

وتعد الصور من أهم العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية، ولعل أهمية الصورة، بصفتها عنصرًا طباعيًا، ترتبط بقدراتها التأثيرية ومعانيها المهمة التي تحملها إلى القراء، وفقًا لما يشير إليه الكثير من الدراسات التي أجريت في هذا المجال. وذلك عند استخدامها مع المتون الصحفية، حيث تؤدي الصورة دورًا كبيرًا في تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات والمعاني التحريرية فقط .

أنواع الصور الصحفية:

هناك تنوعات وتباينات مهمة في استخدام مصطلح الصور، بعضها يرتبط بالصور الإدراكية الخارجية، أو الصور العقلية الداخلية، أو الصور التي تجمع بين الداخل والخارج، **وفيما يلي أمثلة على هذه الصور:**

- **الصورة البصرية:** وهي أكثر الاستخدامات العيانية (الملموسة المحسوسة) للمصطلح. ويشير هذا الاستخدام بشكل خاص إلى انعكاس موضوع ما، على مرآة أو على عدسات، أو غير ذلك من الأدوات البصرية.
- **الصورة بوصفها تعبيرًا عن التمثيل العقلي للخبرة الحسية**، أو إعادة إنتاج لها، فالمدرسة البنائية في علم النفس اعتبرت الصورة أحد المكونات الثلاثة الفرعية للوعي أو الشعور، وكأن المكونان الآخران هما: الإحساسات والانفعالات أو العواطف، وكانت تتم معاملة الصورة في سياق هذا الاستخدام باعتبارها تمثيلاً عقليًا لخبرة حسية سابقة.
- **الصورة الذهنية (التي في الدماغ)**، والتي هي في درجة أعلى من مجرد إعادة البناء للخبرة الحسية، ومع تشابه هذا الاستخدام مع كثير من الأفكار الشائعة حول

مفهوم الصورة الذهنية، أو العقلية فإن بعض التحذيرات يجب أن توضع في الحسبان هنا، ومن أهمها ما يأتي:

- إن الصورة الذهنية ليست مجرد صورة حرفية من الخبرة الأساسية، فليس هنالك ما يشبه عملية إسقاط شريحة مصغرة على شاشة من خلال جهاز عرض، لكن هذه الصورة تكون من قبيل الصورة التي تبدو – كما لو كانت – هي الصورة الأصلية وهذا يعني أن التفكير بالصورة هو عملية عقلية معرفية.

ويهمنا هنا الصورة الصحفية، التي تنقسم فيما يتعلق بخصائصها الطبيعية المرتبطة بتدرجاتها الظلية وبطريقة إنتاجها إلى قسمين رئيسين هما:

[1]- [الصور الظلية (الفوتوغرافية)]:

وهي الصور التي يتم إنتاجها بطريقة آلية تامة باستخدام آلات التصوير، وآلات الطبع والتحميض، وتتسم بتدرجاتها الظلية الطبيعية لكونها بمثابة المرآة العاكسة للمشاهد وفقًا لطبيعتها، وتعتمد الدقة في مدى هذه الصور عن الوقائع المراد نقلها على قدرات المصورين، وعلى إمكانات آلات التصوير، والتظهير ومستلزمات الإنتاج المستخدمة، ولقد شهدت عمليات التصوير الصحفي تطورات كبيرة رغم تأخر دخولها إلى ميدان الصحافة نسبة لما تتطلبه من أدوات، وما يحتاج إليه إنتاجها من وقت طويل، ولقد كانت بداية ازدهار استخدام الصحافة للصور عندما ابتكر تشارلز ولز Charles Wells طريقة التجزيء التي ساعدت على سرعة إنتاج الصور الظلية من خلال تجزئة الصور إلى عدة أجزاء، بحيث يعمل العديد من الفنيين على إنتاج الألواح الطابعة الخاصة بكل جزء ، ثم ازدادت أهمية استخدام الصور الظلية في الصحافة مع استخدام الصحف لطريقة الحفر المعدني (الزنكوغرافي) لعمل اللوحات الطابعة.

لقد حدث بعدها تطور كبير في هذا السياق مع استخدام طريقة التدرج الظلي Halftone التي تمت على يد ستيفن هورجان Stephon Horgen رئيس قسم التصوير بصحيفة Daily GRAPHIC الأمريكية ثم ازدادت قدرات الصحف على استخدام الصور مع تطور مع إمكانات آلات التصوير والتحميض

والطبع وصولاً إلى اختراع الألوان وآلات التصوير الرقمية، إضافة إلى ظهور الأنواع الجيدة من وورق التظهير والطباعة، مع وقوع الأحداث العديدة التي هيأت الفرص لنجاح الصور في كسب اهتمام القراء، مع إفادة الصحف من ذلك في منافسة العديد من الوسائل الإعلامية الأخرى التي كان اعتمادها على الصور بشكل رئيس، مثل: التلفاز والسينما وغيرهما، وقد تقدم فن التصوير الصحفي في هذا المجال كثيرًا، وبدت تشيع استخدامات الكاميرات التي تصور في مكان الحدث، ثم يتلقى مركز التحرير الصورة التي وصلت من بعد عبر الشبكات الحاسوبية.

أنواع الصور الظلية:

وتنقسم الصور الظلية تبعًا لما تحمله من مضامين إلى عدة أنواع منها:

[أ]- الصور الخبرية المستقلة:

وهي الصور التي تقدم خدمات إخبارية كاملة، بحيث تستقل في هذا الجانب مع اعتمادها البسيط على بعض الكلمات، التي تشرح بعض المعاني غير الظاهرة فيها، وغالبًا ما تتسم هذه الصور بكبر مساحتها، وبنشرها في الصفحات الأولى أو الإخبارية من الصحف.

[ب] – الصور الموضوعية:

وهي الصور التي تعد أحد العناصر الطباعية التي تستخدم في بناء وحدة طباعية معينة، بحيث تتصل بما تحمله هذه الوحدة من معنى، وتعبر عن لحظات وقوع الأحداث أو انعكاساتها.

[ج]- الصورة الشخصية:

وهي الصورة التي تظهر ملامح شخصية ما سواء كانت هذه الشخصية مهمة أو لا، وينبغي أن تتمتع الصورة الشخصية بالحيوية والحركة، وإن تصوير شخصية ما يتطلب أن تسعى إلى التقاط هذه أثناء قيام هذه الشخصية بحركة أو انفعال، وغالبًا ما تنشر الصحيفة الصور البشرية على عمود واحد، إلا أنها أحيانًا تبالغ في المساحة التي تحتلها هذه الصورة لأكثر من عمود في الموضوعات الكبيرة، مثل الأحاديث الصحفية، التي تديرها الصحيفة مع بعض الشخصيات المهمة.

وقد تصغر هذه الصور لتحتل نصف عمود في حالة الموضوعات القصيرة، وفي بعض الأحيان تنتشر أكثر من صورة شخصية في الموضوعات الطويلة، وفي هذه الحالة تقوم الصحيفة، بترتيبها بشكل أفقي، أو رأسي، وأحيانًا تراوح في ترتيبها في شكلين، وتراعي الصحيفة في هذه الحالة التطبيع في مساحات هذه الصور مما يضفي عليها حركة وتنويع.

[د]- الصور الجمالية:

وهي غالبًا صور غير ذات معان إخبارية، كما أنها لا تتضمن أي أبعاد يمكن أن تستخدم في خدمة الوحدات التحريرية المنشورة، وإنما تتم الاستفادة منها لإحداث لمسات جمالية على الصفحات، ما لم تكن هذه الصور الجمالية مرتبطة بتقارير عن اكتشافات أو مزايدات أو غير ذلك.

[هـ] – الصور الإعلانية:

وهي الصور التي تستخدم في دعم المضامين الإعلانية المنشورة في الصحف، حيث تعبر هذه الصور عن المضامين الإعلانية القائمة على الفكرة الرئيسة للإعلان، ويمكن أن تعبر عن أشخاص أو سلع، كما أنها قد توضح حالات الاستخدام الخاصة بهذه السلع.

[و] – الصور الموضوعية:

وهي التي تجسد موضوعًا وتعبر عنه في وقت حدوثه، أو بعد توقف القارئ، أو تعلمه بوقوع الحدث أو الموضوع، وتتفاوت الموضوعات التي تعبر عنها الصور من جريدة لأخرى، بل من صفحة إلى صفحة أخرى من الجريدة ذاتها، وتشمل موضوعات الصور الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وتبرز أهمية الصور الموضوعية في الأزمات، مثل حدوث الكوارث الطبيعية، إذ ينشدّ القارئ أن تطلع الجريدة بآثار ما خلفية هذه الكوارث، ومن هنا فإن الصورة الموضوعية تعد أكثر الصور أهمية في الصحيفة لما تبرزه من تفاصيل عديدة حول الموضوعات التي تصاحبها، وأحيانًا ما تمثل الصورة وكلامها موضوعًا مستقلاً عنها، يرصدان بتفصيلاتهما حدثًا مهمًا، وفي هذه الحالة غالبًا ما تشمل الصورة، والسطور القليلة المصاحبة لها، قصة خبرية متكاملة الجوانب، لما قد

تكون الصور الموضوعية المصاحبة لموضوع ما، توضح زاوية مهمة، أو تؤكد على حدث معين، فإنها قد تكون جمالية، أو تعبيرية تركز على التكوينات الجمالية، والإبداعات الفنية للمصورين، وتنشر بعض الصحف الصور الجمالية، كنوع من الإبداع الفني للمصورين، فتعتمد على إبداع المصور الفنية، أو الجمالية، وذلك باختياره لتكوينات معينة، وتوظيفه للغة الشكل في الصورة، فلا تتضمن أي قيمة خبرية، ولا تنشر عادة في الصفحات التي تغلب عليها المادة الخبرية إلا عندما يتعلق الأمر بصورة إخبارية، فيستخدمها المخرج الصحفي لتجميل الصفحة، والصور الجمالية لا تزال تجد مكانًا لها في مختلف الصحف.

[2]- الصور الخطية (الرسوم اليدوية):

وهي الصور التي تشتمل في الغالب على الخطوط، وتتوافر على تدرجات ظلية خفيفة، ويتم رسم هذه الخطوط باستخدام حبر أسود قوي على ورق أبيض ناصع، لإحداث قدر عال من التباين بن الخطوط الأرضية وتعد هذه الصور أقدم العناصر الطباعية التي عرفتها الصحافة، نسبة لتأخر اختراع آلات ومستلزمات الإنتاج الخاصة بالصور الظلية، ولا يعني هذا أن أهمية هذا النوع من الصور كانت مقتصرة على ذلك، وإنما ترتبط بأهمية هذا النوع لذاته نسبة للوظائف الصحفية والفنية التي يؤديها، والتي ترتبط بعدم القدرة على الحصول على الصور الظلية أثناء المعارك والمحاكمات المغلقة، أو حينما تعجز الصور المتوافرة عن التعبير عن المعاني المتضمنة في النصوص الصحفية المقدمة، أو عند الحاجة إلى بسط هذه المعاني كالحاجة إلى الجداول، أو الخرائط، أو الرسوم البيانية، التي توضح بعض الإشارات أو الأماكن، حيث تسمح هذه العناصر بتأكيد المعاني المرادة وتوضيحها في النصوص المنشورة.

أنواع الصور الخطية:

تنقسم الصور الخطية إلى عدة أنواع بحسب الطبيعة الخاصة بكل نوع، وذلك على النحو الآتي:

[أ]- [الرسوم الساخرة]:

وهي الرسوم التي تحاول أن تقدم بعض الوقائع بطريقة ساخرة تتسم

بالمبالغة، وذلك لإثارة القراء تجاه أنماط سائدة من السلوك، بغية حشد الرأي العام لاتخاذ قرار معين بالرفض أو القبول، مثلما تستهدف هذه الرسوم التنفيس عن القراء بالسخرية من الأوضاع غير السوية السائدة في المجتمع.

ورغم الإشارة في كثير من المراجع إلى انقسام الرسوم الساخرة إلى كاريكاتورية وكارتونية، إلا أن الباحث يرى أنه ليس هناك فرق بين النوعين في المعالجة الفنية، باستثناء ما يستهدفانه، فوفقاً لبعض المصادر فإن الرسوم الكاريكاتورية تستهدف تسلية القراء من خلال تشويه الخصائص الملامحية للأشخاص المتضمنين فيها، ومن خلال التعليقات المصاحبة لها، بينما تستهدف الرسوم الكارتونية التأثير في القراء من خلال التعبير عن الحوادث والأفكار والمواقف بالاعتماد على الرسوم المشتملة على الشخصيات الرمزية .

ويعتمد نجاح الرسوم الساخرة من الناحية الطباعية، على مدى العناية بالدرجات اللونية الخاصة بالمستويات الظلية للأرضيات والأشكال، إضافة إلى مدى العناية بالإطارات الخاصة بها؛ وذلك لقدرة الأطر على دعم المضامين المتجسدة في هذه الرسوم من خلال فصلها التام عن الوحدات الأخرى في الصفحة، إضافة إلى مدى توافر البياض اللازم لإضاءة هذه الرسوم مع أهمية العناية بالتعليقات المصاحبة من حيث طريقة إنتاجها وحجمها وموقعها من الرسوم.

[ب1 – [الرسوم الشخصية اليدوية]:

ويقصد بها تلك الصور المرسومة للشخصيات المتضمنة في الوحدات التحريرية المنشورة، ويستعان بها كعنصر طباعي في حالة عدم توافر الصور الظلية لبعض الشخصيات، وبالذات التاريخية منها أو في حالة النشر الدائم لصور بعض الشخصيات كالرؤساء أو المشاهير وغيرهم، بحيث يمكن بذلك التغلب على الرتابة والملل الذي قد يصيب القراء من مظهر الصحيفة، تبعًا لتكرار نشر الصور نفسها لهذه الشخصيات في الأعداد المتوالية، إضافة إلى قدرة الصور الشخصية على توفير قدر عال من البياض للصفحة، وعلى التباين مع الصور الظلية المنشورة مثلما تحقق القدرة على التعبير عن مواقف الصحف واتجاهاتها نحو الأشخاص المنشورة صورهم

الشخصية مرسومة من خلال التحريف في بعض مظاهر وجوههم، بما يتناسب مع الجهات السائدة في الصحيفة ولقد زاد استخدام هذا النوع من الصور في الصحافة المعاصرة، ولاسيما مع تقارير الشخصيات التي بدأت تكثر في الصحافة خاصة مع ارتباطها مع اللغة الصحفية الحديثة القائمة على الاتجاهات الأدبية في الأساليب والصياغات.

[ج]- [الصور التوضيحية]:

وهي الرسوم التي تساعد على إيضاح المعلومات المتضمنة في المواد الصحفية المنشورة بطرق تمكن الصحف من أداء رسالتها المعتمدة على ضرورة وصول موادها الصحفية إلى عامة القراء بأبسط الوسائل، وتقوم الرسوم التوضيحية على استخدام الخطوط اليدوية مصحوبة بعدد قليل من الكلمات، لإيضاح المعلومة المطولة أو المعقدة، كتحديد المواقع، أو التعبير عن الأرقام والمؤشرات المختلفة.

وتعمل الرسوم التوضيحية، التي تنقسم إلى الخرائط والرسوم البيانية على إكساب المواد الجادة كالأخبار السياسية والاقتصادية والعسكرية قدرًا من الحيوية المنبعثة من الخلفيات والإيضاحات التي تشتمل عليها هذه الرسوم، مثلما تؤدي الرسوم التوضيحية إلى جانب ما تعبر عنه من مضامين مستقلة إلى:

- التدخل في الصورة الظلية من خلال عمل الرسام على إحداث آثار توضيحية في الصورة الظلية المتوافرة، بهدف توضيح بعض المعاني المتضمنة فيها من خلال استخدام الأسهم، أو الإشارات التي تشير إلى أشخاص، أو أحداث، أو مواقع، إضافة إلى كتابة بعض المعلومات التي تستهدف تحديد بعض المواقع ذات العلاقة بالحدث الرئيس المتضمن في الصورة.
- توضيح ما وراء الصورة الظلية، ويقصد بذلك عمل الرسام على توضيح ما قد تعجز الصور الظلية عن توضيحه، كالأحداث الحربية، حيث يمكن استخدام الرسوم للدلالة على مواقع خنادق الجنود ومخازن الأسلحة ومخابئ الطائرات.

- الحلول محل الصورة الظلية، ويحدث هذا عندما يتعذر الحصول عليها، كأن يمنع التصوير في أماكن معينة كخطوط المواجهة الحربية، أو دور القضاء، أو في حال الأحداث المفاجئة التي لا يمكن التنبؤ بحدوثها لإرسال المصورين لالتقاط الصورة لها.
- التضافر مع الصور الظلية، ويتحقق ذلك من خلال قيام الرسام بتوضيح بعض المعاني المتضمنة في الصور المنشودة، كأن تتكون الصورة الظلية المنشورة من أعداد كبيرة من الأشخاص، بينما يصعب تحديد أسمائهم، بحيث يمكن من خلال إرفاق رسم توضيحي تحديد أسماء الأشخاص عليه عبر وضع أرقام تميز كلاً منهم.

د]- [الرسوم التعبيرية]:

وهي الرسوم التي ترافق المواد الصحفية الأدبية كالمقالات والقصائد والقصص، وتستهدف إحداث تأثيرات إيجابية نفسية من خلال جهد الرسامين في تحليل المعاني المتضمنة في هذه الأعمال، ثم عملهم على محاولة التعبير عنها بواسطة رسومهم، التي تبدو من خلال عملهم شبه الدقيق فيها أشبه باللوحات الفنية.

مثلما تدخل الرسوم التعبيرية في بناء العناوين الثابتة للأبواب والزوايا من خلال تكاملها مع الحروف، كما يمكن استخدام الرسوم التعبيرية بعد تصغيرها، كعناصر طباعية لكسر حدة رمادية المتون الطويلة، بأن توضع هذه الرسوم كفواصل بين فقرات هذه المتون، أو استهلالية في بداية الفقرات بعد العناوين الفرعية.

وقد أتاحت التقنيات الحديثة في صناعة الصحافة إمكانية الاستعانة بالبرامج الحاسوبية المتقدمة لعمل هذه الصور الخطية بدقة متناهية، حيث يمكن أن يتم ذلك من خلال البرامج الخاصة بصف النصوص التي تتضمن مثل هذه القدرات، أو من خلال أنظمة الإخراج الآلي المشتملة على إمكانات صف النصوص وإنتاج الخطية Graphics.

أهمية الصور في الصحافة:

تعد الصورة لغة بصرية عالمية تتسم بالسهولة، وقدرة الجميع على فهمها، والتفاعل معها بنفس القوة، فهي من أكثر الوسائل مرونة وسرعة في تحقيق الأهداف الإعلانية، وكذا تتميز بقدرة عالية للفهم والوصول للمتلقي، مهما اختلفت الطبقات، والمستويات الثقافية والاجتماعية، والمادية، والعلمية المختلفة، فضلاً عن قدرتها العالية عن الكتابة، فهي تعد أكثر إقناعًا وسرعة في توضيح المعلومات، مثلما أنها الوسيلة الطبيعية لتقديم صورة اليوم " الفوتوغرافيا ".

فالصورة الفوتوغرافية إذن تأثير بصري سريع لا يحل محلها مضمون الكلمة سواء مقروءة أو مسموعة، وهي أيضًا قادرة على توضيح الكم المطلوب من المعلومات، لجميع فئات الجمهور ومستوياته، وتمكن الصورة الفوتوغرافية القائم بالاتصال من استغلال ما فيها من خواص لا تتوافر للوسائل الأخرى من قدرتها على تجسيد الرسالة، وجعلها أكثر تأثيرًا، ومقدرتها على جذب انتباه عين القارئ واستبقائه لأطول فترة ممكنة دون تداعي لأفكار أخرى خارجة عن محتوى الرسالة، وهي أيضًا أكثر قابلية للتصديق عن غيرها من الوسائل الأخرى.

وبوجه عام يمكن رصد أهمية الصورة الصحفية وفوائدها المختلفة، لذا يمكن عرضها بإيجاز في عدة نقاط، يمكن أن توجز كالآتي:

[1]- تحقق الصورة وضع المادة التحريرية التي قد تنشر في المناسبات القومية، والاحتفالات الشعبية، وقد يجذب نشر الصورة القراء إلى مطالعة الموضوع.

[2] – الموضوع المصور أكثر حيوية ووقعًا من الخبر والمقال الخالي من الصور.

[3]- يستطيع القراء من خلالها إدراك المعلومات المختلفة، فترى الموضوع المنشور، وقد يكتفي بعض القراء بالنظر إلى الصور لإدراك أبعاده، فالصورة الصحفية تغني عن آلاف الكلمات.

[4]- تساعد الصورة على تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ لأن المدخل البصري، وتخزين المعلومة عن طريق الصورة، فيما يعرف بالذاكرة الفوتوغرافية: أثر

رسوخًا من أي مدخل، فالخبر المدعوم بالصور أكثر بقاء في ذاكرة القراء عن الخبر أو المقال الخالص منها.

[5] – تنمي الصورة لدى القراء دقة الملاحظة وحب المعرفة، والقدرة على التنبؤ ببعض الأحداث.

[6]- إن الصورة تعد وسيلة مهمة للتسلية والإمتاع الفكري، وتعد قاسمًا بين الصفحات والأبواب المختلفة في الصحف.

[7] – تستخدم الصورة في عملية الإقناع خاصة في الدول النامية، التي تتبع صحافتها سياسات إعلامية موجهة، حيث إن الصورة تؤكد على الكلام المكتوب مثلما هو وتصاحبه، فمثلاً لم يصدق المسؤول البريطاني من قرار تأميم قناة السويس على يد الرئيس جمال عبد الناصر، إلا من خلال صورة الحشود الشعبية، التي تحركت مع قرار التأميم، وهتفت تؤيد الزعيم المصري، فالصورة تحسم الجدل في بعض الوقائع والأحداث أحيانًا.

[8]- صور الحروب كشاهد عيان للتحقيق، حيث تعد الصورة الخاصة بالحروب بمثابة أداة تقدم الدليل والبرهان، مثل صورة استشهاد الطفل محمد الدرة في انتفاضة الأقصى على سبيل المثال.

[9]- الصورة تعد أداة لتعبئة الرأي العام، فيمكن لصورة واحدة أن تعبئ الرأي العام بشكل فعال لتأييد أو معارض الحرب، فهناك العديد من الصور التي أثرت على القراء إما مع الحرب، أو ضدها، مثل صور عمليات الإعدام التي جرت في شوارع سايقون بفيتنام فكانت ضد الحرب، وصور ورسوم " ويليام هيرست" في الحرب العالمية الثانية، التي عبرت عن الوحشية الألمانية، حتى أن هذه الرسوم ساهمت في الحرب بمعارضة إرسال القوات الأمريكية إلى أوروبا، وهناك العديد من الأمثلة الأخرى.

للصورة الصحفية بنوعيها الظلية والخطية العديد من الوظائف التي تؤديها في إطار العمل الصحفي، على أساس أنها عنصرًا طباعيًا، فهي من خلال ما تتضمنه

من مادة صحفية تعمل على تأدية وظائف ذات جانبين اثنين، هما:

[أولاً]- [من جانب المضمون]:

تأتي أهمية الصور الصحفية في الصحافة في هذا الجانب من خلال:

- إمكانية الصورة في إضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة، بما يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات لإيجاد جو واقعي يقترب من الواقع المنقول، بما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعابه لمعانيه .
- إمكانية الصورة في تقديم معلومات في حيز صغير، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أداءه ، مثلما تعمل الصورة على تقليل الجهد المطلوب من القارئ بذله للإحاطة بالمواد المنشورة على العكس من المادة المكتوبة التي تستدعي التأثر بها أعمال العقل والذهن في تخيل ما تثيره من معان قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها .
- دور الصورة في تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ تبعًا لدور المدخل البصري في إدراك الصورة ثم العمل على تخزينها بما يؤدي لأن يكون المادة المحتوية على الصورة أكثر التصاقًا بالذهن من غير المصورة .
- إمكانية الصورة على أن تشغل حيزًا بنفسها كموضوع إخباري بما يعمل على إضفاء الحيوية والحركة على تغطيات الصحف للأحداث.
- عمل الصورة على تنمية مواهب القراء في دقة الملاحظة من خلال سعيهم لاكتشاف بعض جوانب الصور المنشورة، مع إمكانية الإفادة من الصور في تسلية القراء، وإقناعهم من خلال نشر الصور الطريفة، أو إضافة بعض التعليقات الساخرة على بعض الصور الجادة .
- إمكانية الصورة – الخطية منها على وجه الخصوص – في التعبير عن الآراء الخاصة بالصحف، وذلك مثلما يحدث في الصورة الشخصية، أو الساخرة التي يمكن أن تطوع بما يتناسب مع الأفكار والاتجاهات السائدة في المواد الصحفية المصحوبة بمثل هذه الصور الخطية.

[ثانيًا]- [من جانب الشكل]:

تؤدي الصورة في هذا الجانب العديد من الوظائف التي ترتبط بالطبيعة الخاصة بها، كعنصر طباعي مميز، وذلك على النحو الآتي:

- لما كان الإخراج يعد من الفنون المرئية التي تعتمد على حاسة البصر لدى القارئ فإن الصورة – وهي تستجيب لذلك- تعد عنصرًا رئيسًا لمساعدة الصحافة على النجاح من خلال استغلالها لهذه اللغة المصورة في تقديم أشكال إخراجية، تداعب حاسة البصر لدى القراء وفي هذا الإطار تتأكد أهمية الصورة تبعًا للاتجاهات الحديثة الخاصة بالتصاميم الأساس للصفحات التي تؤكد على أهمية العناية بالمداخل المرئية للصفحات تبعًا في لدورها في جذب انتباه القراء بما يمكن من استخدامها في إبراز الوحدات الرئيسة في الصفحات دون أن يقتصر الإبراز على الموقع الذي تنتشر فيه هذه الوحدات مثلما كان سائدًا في الاتجاهات القديمة في هذا المجال، وذلك تبعًا لما تؤديه المداخل المرئية من أبعاد قادرة على إضفاء الحيوية، بما يمكن من الإفادة منها في إيجاد تصاميم ذات حركة منطلقة.
- قدرة الصورة على إحداث التباين المطلوب لإنجاح عمليات التصاميم الأساس للصفحات، ويتحقق هذا من خلال تباين الصور الظلية مع الأرضيات الرمادية الباهتة، ومن خلال تباين الصور الخطية ذات الأثقال الخفيفة مع الصور الظلية، التي تمتاز بالدرجات الظلية القاتمة.
- دور الصورة في إيجاد التوازن عبر الصفحة من جراء كونها عنصرًا طباعيًا ثقيلاً، يتميز بالسواد، بما يتيح إمكانية استغلالها في تثبيت أركان الصفحة، وفي إحداث التوازن مع العناصر الطباعية الثقيلة الأخرى كالعناوين والأرضيات غير البيضاء.
- ما تؤديه الصورة من دعم للتوجهات الهادفة إلى مراعاة حركة أعين القراء، وبخاصة إذا روعيت الأسس الفنية لاستخداماتها كتحديد اتجاه نظر الشخصيات المتضمنة فيها، بما يؤدي إلى توجيه حركة أعين القراء باتجاه الوحدات الطباعية الأخرى .

- وما تنطوي عليه الصورة من قيم جمالية قادرة على استيقاف النظر، وإثارة البهجة في النفوس خاصة مع استخدام الصور الجمالية لما تعكسه هذه الصور من الجوانب الجميلة في الحياة المعاشة، وهي بهذا تعمل على إضاءة جوانب الصفحة المختلفة، مثلما تعمل على إضفاء الحيوية والحركة عليها بما يقضي على الرتابة والجمود.

وتستخدم الصور للمساعدة في تصنيف الأخبار بحسب أهميتها، شأنها في ذلك شأن العناوين، فالصورة أصبح لها وظيفتها الإخبارية، التي نافست فيها الكلام في الصحافة الحديثة، فمهما يكن الكلام في حد ذاته ناقدًا ومؤثرًا فالصورة أقدر على ربط مضمونه بالحياة، والمقصود بالصورة هنا الصورة المعبرة، التي تنطق بالمعنى، وتكمل للقارئ متعته بالخبر، فقد أصبحت الصورة الجيدة عملية أساسية وحيوية في حياة الصحف مع ازدياد شدة المنافسة بين الصحف مع بعضها من ناحية وبين وسائل الإعلام الأخرى، التي تعتمد عليها أساسًا، وهي المجلات المصورة والسينما والتلفزيون من ناحية أخرى. بل وتطورت عملية الربط بين الصورة والخبر، فأصبحت مهمة عملية ترتكز على قواعد أساسية، دون تطبيقها تصبح الصورة في واد والخبر في واد آخر، وترتبط أهمية الصورة بقدرتها على إقناع القراء والتأثير فيهم.

وفضلاً عن الأهمية الجرافيكية والبصرية والاتصالية للصورة فإن لها كذلك قيمتها الجمالية، من حيث هي عمل فني يستوقف النظر، ويبعث البهجة في نفس القارئ، كما تعد الصورة وسيلة مهمة للتسلية والإمتاع الفكري تفوق غيرها من الوسائل. لذا أصبحت قاسمًا مشتركًا بين الصفحات والأبواب المختلفة في معظم الجرائد.

كما أن الصورة تجيب على حاجة سيكولوجية لدى الإنسان فقد أثبتت بعض الدراسات التي قام بها علماء النفس أننا نفكر بالصورة العقلية والنفسية، فمعظمنا تسيطر عليه العقلية المصورة، فعندما نتحدث نحاول أن نستعمل كلمات تجعل السامع يرى، وعندما نقرأ نحاول بشكل لاشعوري تصوير الكلمات،

والعبارات بشكل مقبول عبر شاشات عقولنا. وعندما نستمع نشكل الأفكار التي وصلتنا، ونحولها إلى صورة وهيئة شائعة لدينا.

ويرى بعض الجرافيكيين أن الصورة تعمل على تكوين روابط نفسية وعاطفية مع القراء لأنهم يتألقون بقوة مع المطبوعات التي تزوق لعقولهم وقلوبهم، وهي تفعل ذلك بثلاثة طرق، وهي كالآتي:

1- **الطريقة الأولى:** إنها تعطي القراء إحساس بأنهم في مكان الحادث، وتشعرهم بأنهم يشاركون فيما يحدث، وهو ما يعطي شعور بالألفة بين القارئ والجريدة.

2- **الطريقة الثانية:** إنها تظهر للقراء المشاعر والانفعالات وردود الأفعال للناس ذوي الصلة الوثيقة بالأحداث، معتمدين في ذلك على رغبة الناس في معرفة كيف يشعر الآخرون. وبتسجيل مستوى الانفعال والفرح والحزن والخوف والغضب، فالصورة عادة ما تنقل المشاعر بشكل مؤثر أكثر مما تستطيعه الكلمات.

3- **أما الطريقة الثالثة،** فهي أن الصورة تخاطب عواطف القراء بواسطة استدعاء ذكريات من الماضي، وتوقعات لخبرات المستقبل. والصورة التي توحي بالرقي تجعل الناس تواقين لمثل هذا الرقي.

ضوابط استخدام الصور في الصحافة:

رغم أهمية استخدام الصور- غالبًا – بصفتها عنصرًا طباعيًا في ظل توافر الشروط المهنية اللازمة لذلك كالحالية أو الوقتية والعنصر الإنساني والشهرة والاهتمام الجماهيري.. إلخ ، إلا أنه من المتعين الالتزام ببعض الضوابط الخاصة بالجانبين المتعلقين بمضمون الصورة وشكلها قبل اتخاذ قرار استخدام الصورة في بناء أي وحدة طباعية وذلك وفقًا لما يأتي:

- ضرورة اتساق الصورة مع مضمون الوحدة التي يراد استخدامها في بنائها من حيث الطابع والتوقيت والاتجاه.

- ضرورة أن تضيف الصورة للمضمون التحريري للوحدة المنشورة لا أن تكون تكرارًا لما يقدمه هذا المضمون.
- أن تكون الصورة صالحة للنشر من الناحية الفنية خاصة فيما يتعلق بظهور تفاصيلها، ووضوح ألوانها، ولمعان سطحها، واحتوائها على قدر عال من التدرج الظلي، إذ إن نقص هذه المتطلبات يقلل من قدرة الصورة على أداء دورها يضاف إلى ذلك ضرورة أن تكون الصورة المراد استخدامها أكبر من الحجم الذي ستستخدم به في الإخراج حتى يمكن تصغيرها؛ لأن تصغير الأصل أفضل فنيًا من تكبيره، حيث يعمل التكبير على إبراز عيوب الصورة وإظهارها ويستثنى من ذلك بعض الصور النادرة، حيث يمكن معالجتها حتى تصلح للنشر.
- أهمية العمل على مراعاة بعض الاعتبارات الخاصة باستخدام الصور في إخراج الصفحات المصورة، حيث إنه من المهم التنبه إلى أن الاستخدام الوظيفي لهذا العنصر يأتي من خلال استخدام ثلاث أو أربع صور كبيرة دون الحاجة إلى أعداد كبيرة مع أهمية أن تهيمن صورة واحدة على أهم جزء في الصفحة، وهي الجهة العلوية اليمنى من الصحف العربية، وأن يتم توزيع بقية الصور تبعًا لذلك.
- ضرورة أن تعمل الصورة على جذب أنظار القراء للإقبال على قراءة الوحدات التي تشترك في بنائها، مع أهمية ألا تطغى الصورة بثقلها على بقية العناصر الأخرى، حتى لا تستأثر باهتمام القراء لذاتها دون خدمة الوحدة التي ترتبط بها.

المحددات الرئيسة لاستخدام الصور في الصحافة:

تتأثر الصورة – بصفتها عنصرًا طباعيًا متميزًا – بالعديد من المتغيرات التي تحدد مدى عناية الصحف بها، ومدى قدرتها على التوظيف الصحيح لها، وذلك من خلال:

نوع الطباعة المستخدم في إنتاج الصحيفة، حيث يرتبط الاستخدام الجيد للصورة باستخدام إمكانيات طباعية عالية قادرة على إظهار أدق التفاصيل المتضمنة فيها، فالطباعة البارزة على سبيل المثال أقدر على إنتاج المتون المكونة من

الحروف مقارنة بغيرها من أنواع الطباعة، أما الطباعة الملساء فإمكاناتها في إنتاج الصور الظلية والخطية أفضل من غيرها، ولقد أتاحت الأنواع الحديثة من أجهزة الطباعة الملساء القادرة على إعطاء نواتج أرقى من الصور، أتاحت الفرصة أمام الصور المعاصرة للاستفادة من هذا العنصر بشكل أكبر تبعًا لدوره في العملية الاتصالية التي تتم عبر الصحافة، وترتبط قدرة الطباعة في هذا المجال بمدى توافر الإمكانات التقنية المطلوبة للعمل في مجالات التصوير والتحميض وفرز الألوان، وما يتصل بها من مدى توافر الكفايات الفنية القادرة على العمل الإبداعي في هذه المجالات، تبعًا لدور ذلك كله في الارتقاء بنوعيات الصور المنتجة، بما يساعد على التوسع في الاستفادة منها.

نوع الورق المستخدم في الصحيفة، حيث تتفاوت أنواع الورق في مدى إعطاء النواتج الجيدة، لطباعة الصور، حيث إن قدرة الورق على إبراز تفاصيل وملامح الصور تزداد مع ازدياد حجم الورق من

ناحية، ومع ازدياد درجة الصقل والمعان، ولعل في هذا ما يفسر تزايد استخدام الصحف الملونة، وبالذات مع انتشار استخدام الصحف للأنواع الجيدة من الورق في طباعتها.

السياسة التحريرية للصحيفة حيث تختلف الصحف في مدى استخدامها للصورة في بناء وحداتها الطباعية، فبينما يرتكز استخدام الصحف الجادة على الحرف كعنصر رئيس في بناء وحداتها الطباعية، كما يحدث في صحيفة Lemonade الفرنسية مثلاً، التي لم تكن تستخدم الصور حتى وقت قريب، بعكس ذلك تكثر الصحف الشعبية الهادفة إلى الإثارة من استخدام الصور وبمقاسات كبيرة أملاً منها في الاستفادة من المداخل المرئية التي تشتمل عليها الصور، من خلال قدرتها على لفت انتباه القراء وإثارة اهتمامهم، كما تعتمد بعض الصحف النصفية الخاصة بالأقليات على الصور والألوان بشكل ملموس وواضح، وفي مقابل ذلك تولي الكثير من الصحف أهمية خاصة تجاه الصور، في تناسب تام مع غيرها من العناصر الطباعية الأخرى، دون تفضيل لعنصر على حساب آخر.

التصورات الخاصة بالمخرجين للصفحات المتغيرة، ومدى دور الصور في دعم هذه التصورات الهادفة إلى تقديم أشكال إخراجية جيدة، ويتصل بذلك مدى تقدير

المخرجين لعمليات التصوير، ومدى إدراكهم للمضامين المتجسدة في الصور، مع مدى قدرتهم على الاختيار الصحيح للصور التي يمكنها أن تدعم المضامين التحريرية المقدمة في الصفحات.

ومع ذلك فإن الاستخدام الناجح للصور، كعناصر طباعية يتطلب العناية بطرق تنفيذها من خلال أهمية تقديم شروحات لها، أو تعليقات عليها، بما يسهم في إيجاد صور متميزة ذات ارتباط وثيق بشخصية الصحيفة، وهو ما يؤدي إلى عملها على إقناع بمواصلة القراءة عبر ما تقدمه لهم من إيضاحات حول المشاهد الماثلة أمامهم، حتى يستطيعوا استيضاح الرسالة الصحفية من خلال الفهم الكامل لما تحتوي عليه من متون وصور، ومع أنه من الممكن صف حروف هذه التعليقات تحت الصور أو فوقها أو إلى جانبها، فإنه من المهم التحديد الدقيق للتعليقات الخاصة بكل صورة مع استخدام ما يمكن أن يخدم ذلك، كالرموز والإشارات والأرقام، إضافة إلى ضرورة مراعاة ثبات عرض الأسطر الخاصة بهذه التعليقات وكبر أحجام الحروف التي تصف بها التعليقات مقارنة بأحجام حروف المتون، إضافة إلى أهمية العناية بالإجراءات الحديثة في استخدام الصور، المتمثلة في استخدام الأطر لإبراز الحدود الخارجية لها، باستثناء الصور المنشورة بطريقة ديكورية ؛ وتتأتى أهمية هذه الإجراءات تبعًا لدورها في تأكيد الدرجات الظلية المتوافرة في حدود الصورة، ذلك أن ترك الصورة دون إطار، وبخاصة عندما تكون حدودها فاتحة اللون يؤدي إلى ضياع معالم الصورة من خلال اتحادها مع لون أرضية الصفحة البيضاء، ولهذا فإن وجود الإطار يؤدي إلى المحافظة على حدود الصورة من الضياع، مع التنبه إلى أن الدرجات الظلية المتوافرة في الصورة، هي التي تحدد أهمية استخدام الأطر معها، حيث إن الأماكن الحدودية الداكنة أو المتوسطة للصورة تتيح فرصة الاستغناء عن الأطر، وذلك منعًا لتزاحم الأثقال الناتجة عن الأجزاء الداكنة في الصورة ذاتها، وعن الثقل اللوني للأطر، كما أن الأجزاء الداكنة من الصورة قادرة على أداء دور الأطر من خلال تباينها الواضح مع أرضيات الصفحة البيضاء، وعلى العكس من ذلك، تبدو الحاجة ماسة لاستخدام الأطر مع الصور التي تكون أطرافها الحدودية

فاتحة اللون، خوفًا من ضياع حدود الصورة، وتداخلها مع الأرضيات البيضاء للصفحات.

وعمومًا من الذي يختار الصور للنشر ؟ فهناك المسؤول رئيس التحرير، أو سكرتير التحرير، أو المحرر، ومن هذا التعارض ابتكرت بعض الصحف وظيفة محرر الصور The Photo Editor، فمن هو محرر الصور ؟

إن محرر الصور هو الذي تعطيه هيئة التحرير السلطة كاملة على الصورة.

وظائف الصورة الصحفية:

هناك وظائف متعددة تقوم بها الصورة، ولذلك فإن القارئ يهتم بالصورة الصحفية، وبأدائها لدورها الاتصالي اهتمامًا زاد في السنوات الأخيرة؛ نظرًا لتقدم وسائل الإعلام والتقنية الحديثة التي بدت مؤشراتها بدخول الأقمار الصناعية مجال الاتصالات، وجعلت الكرة الأرضية بمثابة نافذة، ينظر من خلالها القارئ أو المشاهد لما يدور في أركانها الأربعة في ثوان معدودة، لذلك انعكس هذا التطور على الصورة الصحفية بصفة خاصة، وأصبحت وسائل الإعلام اليوم تتنافس تنافسًا شديدًا على عرض الصورة كل بطريقته الخاصة .

ومن هذه الوظائف ما يأتي:

[1]- جذب الانتباه:

وجدت دراسة يو جارسيا M. Garcia وبياجي ستارك P. Stark أن نسبة 80٪ من قراء الصحف ينظرون إلى الأعمال الفنية، ونسبة 75٪ ينظرون إلى الصورة، ونسبة 56٪ يقرؤون العناوين، ونسبة 25 ٪ يقرؤون النص.

[2]- الإمداد بالمعلومات:

فالصورة الإخبارية إما أن تنشر بمفردها فتعطي القارئ خلاصة الموقف، الذي حدث من خلال نظرة سريعة، وإما أن تنشر مع القصة الخبرية فتقدم معلومات أضافية عن النقاط الرئيسة في القصة.

[3]- بناء روابط (حلقات وصل) مع القراء:

وبناء الروابط النفسية والعاطفية مع القراء شيء مهم لأن القراء يرتبطون

بالصحيفة القادرة على الوصول إلى عقولهم وقلوبهم، والصور تساعد على ذلك، من خلال ثلاثة طرق، هي:

أ- تعطي الصورة القراء إحساسًا بالشعور بأنهم يشاهدون ويشتركون في الحدث، وهذا يضيق صفة الحالية للمطبوع.

ب- توضح الصورة للقراء ردود أفعال ومشاعر الناس المشتركين في الأحداث، فالقراء يهتمون بشعور الآخرين. ويمكن من خلال الصور' التعبير عن عاطفة الفرح – الحزن- الخوف- الغضب. وذلك أكثر من الكلمات.

ج- الصورة تجعل القراء عاطفيين، وذلك بإثارة الذكريات الماضية، وتوقعات المستقبل، فصورة طفل يلعب يمكن أن تجعل القراء سعداء.

[4] – **وسيلة إخراجية:**

فالصورة تكسر الحدة الرمادية للحروف، وتجعل الصفحة أكثر جذبًا، وأسهل في القراءة، مثلما أنها تقود العين من جزء إلى آخر على الصفحة، وتحرك العين يساعد القارئ على أن ينظر إلى الصفحة كلها، وهذه وظيفة أساسية لإخراج الصفحة .

[5]- **المصداقية:**

فهي دليل مادي على أن المعلومات المكتوبة حقيقية.

[6]- **استدعاء واستحضار المعاني:**

فقوة الاستدعاء في الصورة يأتي من قدرتها على احتواء، وتضمن معاني تكمن وراء محتواها الظاهر فصورة " جنازة " تجعل الناظر إليها يستدعي معان عديدة.

وهناك عدة وظائف أخرى تؤديها الصورة في الصحافة، وهي كالآتي:

أولاً- الوظيفة الإخبارية:

أي أن تنقل أخبارًا وغالبًا، تكون الصورة أهم بل أنجح وسيلة إعلامية في الجريدة بأكملها، فبوسعها أن تعطي المضمون، أو الهدف الإخباري بسرعة أكثر وبوضوح أفضل من التعبير اللفظي، وتستطيع الصورة أن تظهر في جميع الأحوال لحظة خاصة من وقائع الأنباء بشكل مفصل ومستفيض.

ثانيًا- الوظيفة السيكولوجية:

ويقصد بها إجابة حاجة سيكولوجية عند الإنسان، ولسد بعض المتطلبات العقلية والنفسية، وهي تشبع حاجة القارئ إلى القراءة والاطلاع، وتؤثر فيه

باستغلال قوى اللفظ والصورة، وأهمية هذه الصورة في حالة الحروب، والكوارث، والمجاعات، مثلما تشيع الصورة بعدًا آخر على الشخصية التي تستحق أن ينشر عنها شيء أو تصورها، وإذا كان محور الصورة السيكولوجية دائمًا هو المعنى الذي توحي به الصورة.

ثالثًا- عنصر جرافيكي:

وتمثل الصورة في الصحافة الحديثة أحد العناصر الجرافيكية الأساسية فهي تشترك مع حروف المتن، والعناوين والفواصل والمساحات البيضاء في بناء الجسم المادي للصفحة أيًا كان شكلها وطريقة إخراجها، كالعناوين من حيث تفاوت أهميتها من صفحة لأخرى باعتبارها أحد الأثقال اللونية القوية وعنصر أساسي لبناء الصحيفة

رابعًا- قيمة جمالية:

من حيث كونها عملاً فنيًا يستوقف النظر، ويبحث عن الاهتمام في نفس القارئ، فهي تستطيع أن تجعل الصفحة ذات مظهر مليء بالحيوية والنشاط والتنوع، ويسيطر عليها جاذبية قد تجعلها قابلة للمطالعة من قبل قارئها، يمكن أن تفيد الصورة سواء جرائد أو مجلات من الناحية التجارية أو التسويقية، فتعتمد الصحف المثيرة، أو الصحف النصفية التابلويد على الصورة الكبيرة الممتدة على أكثر من عمود، والمثيرة في صدد صفحاتها الأولى لجذب القارئ العادي، الذي لا يهمه سوى الصورة المعدة لا الكلمة.

كما تلعب الصورة دورًا بارزًا في المجالات التعليمية من خلال القيم والمضامين، التي تسهل تلك العملية، فعقب توقيع معاهدة 1936 بين مصر وإنجلترا، بدأ بعض المفكرين ينادي بضرورة الاتجاه نحو البناء، وتوفير حياة كريمة للشعب تتناسب مع ما حظي به من استقلال سياسي، وقد نادى طه حسين في ذلك الحين بضرورة إشراف الدولة على كافة أنواع التعليم؛ لضمان حد أدنى مشترك من الثقافة القومية للشباب، وبدأت الدولة حين أخذت بالمنهج الاشتراكي في تحقيق المساواة في كافة أنواع التعليم الابتدائي، والمتوسط والعالي كتطبيق لفلسفتها الاشتراكية، وضرورة من ضروريات التغير الاجتماعي.

وتلعب الصورة دورًا مهمًا في عملية التعليم، فهي تساعد على توصيل المعلومات بأدنى جهد، وكذلك الانتقال من البيئة بمجرد الإلقاء الروتيني إلى نشاط حيوي ومبدع ودائم، وفوق ذلك فإن الصورة تخرج من النطاق المحدود إلى بيئة أكثر رحابة.

وتبدو أهمية قراءة الصورة في إثراء المعلومات، حيث تؤدي الصورة إلى قوة التركيز، وانتقال المعلومات عن طريقها إلى ذهن الطالب، ورسوخها، حيث يصعب نسيانها، بخلاف الموضوعات التي تؤدي بطريقة روتينية، فإنها سرعان ما يتخلص منها الذهن، سواء بالشرود أو نسيانها.

معايير اختيار الصورة الصحفية:

حتى تجذب الصورة انتباه القارئ فلا بد أن تتوافر فيها عدة معايير هي :

لا بد أن تكون معبرة بوضوح عن حدث، فالصورة التي تحتاج من القارئ أن يفكر فيها صورة سيئة.

التأثير فالصورة تجذب انتباه القارئ غير المنتبه. ولكي يتحقق ذلك لا بد أن تكون الصورة مؤثرة، فالصورة الضعيفة لا يمكن أن تجذب انتباه القارئ حتى ولو كانت كبيرة. حيث أن أفضل صورة صحفية هي التي تحتوي على الاهتمام الإنساني، وتلمس عاطفة القارئ، وعلى سبيل المثال، فصور الأطفال تجذب انتباه القارئ بدرجة قوية.

ونتيجة لتطور استخدام الصورة الصحفية حتى وصلنا إلى عصر الصحافة المصورة، وهي نوع من الصحافة تعتمد أول ما تعتمد على الصورة الصحفية، ويعطي أولوية كبيرة للمصورين الذين يشكلون غالبية محرريها. وهكذا أصبحت عدسة المصور تفوق قلم المحرر في الصحف المصورة.

ومن هنا توجد عدة عوامل تحكم اختيار الصورة الفوتوغرافية الصالحة للنشر، ومن أهم هذه العوامل ما يأتي:

أ- الحيوية:

فالصورة الصحفية هي الصورة المفعمة بالحياة والحركة؛ لأن الصورة بوجه عام تعكس مختلف أوجه النشاط الإنساني، فإذا لم تكن الصورة حية

متحركة انتاب القارئ شعورًا بالركود، ويستطيع المصور إضافة نوع من الحياة على صور باختيار اللفظات الجديدة غير المعادة. واختيار زوايا مبتكرة غير تقليدية.

ب- **وثاقة الصلة بالموضوع:**

ربما نجد بعض الحالات التي قد لا نحسب فيها حسابًا لحيوية الصورة، ولكن من الضروري بمكان أن لا يكون هنالك أي تنازل عن المحتوى الذي تتضمنه الصورة، ويمكن الإشارة بأن هذين العاملين ،- ونقصد بهما موضوع الصورة وحيويتها- عادة ما يرتبطان بعضهما ببعض، والدليل على ذلك أن الصورة غير الحية غالبًا ما تكون غير وثيقة الصلة بموضوعها، واستنادًا لهذا يشير فلويد باسكت بقوله لا بد أن يصر المخرج الذي يختار الصور على ارتباط الصورة بالموضوع .

ج- **الجانب الإنساني:**

فاللمسة الإنسانية تزيد كثيرًا عن قيمة الصورة، فإذا وقع حادث تصادم مثلاً والتقطت صورة للسيارة وحدها، كانت قليلة الأهمية أما إذا التقطت الصورة للسيارة وهي مقلوبة في مكان صعب خطير، فإنها بهذا الشكل سوف تحمل إيحاءً في تعبيرها أكثر أهمية مما كانت عليه في الحالة الأولى، وقد تتصاعد الصورة في أهميتها كلما أضيف لها من العناصر ما يثير العواطف ويحرك الشجون، فإذا أضيف إلى الصورة السابقة مثلاً رجل بوليس ومعه أحد الضحايا، أو مجموعة من رجال الدفاع المدني يطفئون النار المشتعلة وقد أنقذ بعضهم مجموعة من الأفراد وكانت هيئاتهم مخيفة، عندئذ تتعاظم قوى الدلالة في الصورة، وتتصاعد بحيث تبدأ في تحريك مشاعر القارئ أكثر وتجعله مقبلاً على قراءة السطور بنهم شديد، ومعرفة ما يتناوله الخبر بدقة متناهية.

د- **التلقائية:**

يفترض في هذا الشرط أن لا يحس القارئ بأن الصحيفة قامت بإعداد هذه الصورة ابتداءً، عندئذ لا يقتنع القارئ بجودتها وستضعف قدرتها التأثيرية لديه، وسينظر إليها وكأنها صورة شخصية ملامحها التأثيرية ستنتهي عند النظر إليها، أما حين تكون طبيعتها تلقائية بأن يلتقطها المصور دون أن يحس الأشخاص الظاهرون فيها أنهم في لحظة تصوير، عندها تكون تفاصيل ملامحها ومحتواها

صادقة، عندها ستحمل دلالات إيحائية صادقة تؤثر في القارئ وتجذبه لمتابعة تفاصيلها وما تحمل تلك التفاصيل من أحاسيس وأفكار، وربما قد تحمل رؤى تناسب كل طبقات القراء.

هـ- المعنى:

حين يقرأ المتلقي جملة في النص يفهم محتواها، ولكن قد لا تثير مكامن الإحساس والمشاعر لديه، وقد تتوحد في معناها لدى كافة القراء، ولكن هذه الطبيعة في التواصل مع الصورة لدى القراء تختلف، فالصورة يمكنها أن تحقق المعنى إلى أقصى درجة، وقد تحمل الصورة دلالات متنوعة خلف الصورة الملتقطة تتنوع بتنوع مستوى القراء الذين يتابعون الصورة الصحفية أثناء قراءتهم للصحيفة، كل بحسب ميوله وقدرته واتجاهاته، وما تثيره الصورة مثلاً من قيم قد تتعدد في مساراتها، فمنها القيم الأدبية، أو العقلية، أو العاطفية إلى غير ذلك من القيم المتعددة.

شروط الصورة الصحفية:

من المعروف أم وسائل الاتصال تتعدد في أنواعها وأشكالها في كل عصر ومصر، فشكلها الجديد وأعني به التصوير الفوتوغرافي، الذي جاء أيضًا كوسيلة لتسجيل المعلومات، ووسيلة اتصال، وأصبح قوى بصرية يحمل في تفاصيله المحتوى، لا بل أصبح مهمًا في هذا العصر كالكلمة المطبوعة تمامًا، فإذا كانت الكلمة ناقلة للمحتوى ومعبرة عن الأحاسيس فإن الصورة أيضًا كذلك يستعين بها النص الصحفي لتؤدي مهمات جليلة للقارئ قد تكون مساندة للنص وقد يكون وجودها لفاعلية النص الفائق، عندها لا يكتفي التصوير الفوتوغرافي بتسجيل اللحظات ذات الدلالات الشخصية، بل وقد يعني بالنواحي الاجتماعية؛ لذلك لا تستغرب أن يكون التصوير الفوتوغرافي من أكثر الوسائل المتميزة في حضورها على الساحة بتسجيله للتاريخ الاجتماعي للأجيال الإنسانية القادمة.

ويشير شريف اللبان بأن استخدامات التصوير الفوتوغرافي في إمداد القراء بالمعلومات المتعددة، ومجالات المعرفة المتنوعة أمر يصعب حصره .

وتعد الصورة الفوتوغرافية العنصر الثالث المكون لإخراج الصفحة بعد المادة المطبوعة والمساحات البيضاء، وهي وسيلة تعد فيمتها بقدرتها على القيام بهذه المهمة، وعلى كيفية إحداث الاستجابة المؤثرة لدى المتلقي، مثلما تتحدد قيمتها أيضًا بأهمية الشخصية التي تتحدث عنها، وبطبيعة الحدث الذي تنقله، والحركة القوية تتضمنها لشد انتباه القارئ.

ولقد أثر ازدهار الصورة وتطور تقنياتها إيجابيًا على إخراج الصحف، وأعطتها قيمة جرافيكية لم تكن تتمتع بها من قبل، والصورة الفوتوغرافية يمكن استغلالها في تثبيت أركان الصفحة، ولفت انتباه القارئ وتوجيه حركة عينه، وتضفي على الصفحة حيوية وحركة بما تقوم به من العناوين الكبيرة من كسر لحدة السطور الرمادية الباهتة في المتن، كما تقوم ببعض الأدوار التحريرية، في تشترك مع الكلمات في نقل الأخبار وقد تنفرد بهذه المهمة أحيانًا، مثلما أنها توضح بعض الجوانب في الموضوعات الكبيرة، التي يصعب التعبير عنها بالكلمات، وتستخدم كذلك بين عناوين على المستوى الأفقي نفسه.

ويرى محمد فاضل الحديدي أن من الشروط اللازم تواجدها في الصورة الصحفية حتى تستطيع أن تحقق غرضها على الصفحة تتمثل فيما يأتي:

- وينبغي أن تكون ظاهرة للمعالم.
- وأن تنسجم مع الطابع العام للصفحة وعناصرها الجرافيكية، سواء من حيث عددها، أو موقعها.
- أن تتسم بالحيوية والوضوح وأن يتميز سطحها باللمعان الذي يعكس أكبر قدر من الأشعة.
- أن يكون التباين بين بياضها وظلالها كبيرًا.
- أن تكون بمساحة أكبر من المساحة التي ستنشر بها حتى يتم تجنبها بعض العيوب، التي قد تكون موجودة فيها وذلك باللجوء إلى تصغيرها.
- ينبغي تجنب ما يسمى الصور ما لم تكن متعلقة بموضوع واحد لأنها عندئذ تربك القارئ وتضعف بعضها بعضًا تمامًا مثلما هو الحال بالنسبة لتجار العناوين.

- لا بد أن تتمتع الصورة بالتلقائية بحيث تلتقط بدون إعداد مسبق، ودون أن يحس الأشخاص الظاهرين فيها بذلك.
- أن تثير في نفس القارئ قيمًا عقلية ومعنوية وعاطفية وأدبية.
- لا بد أن تتساوى قيمتها مع قيمة الخبر المصاحبة له.
- أن يكون صدر الصفحة هو المكان الأنسب لنشر الصورة، مع إمكانية نشرها في النصف السفلي، إذا ما توفر عدد كبير من الصور.
- لا بد من تجنب وقوع الصورة على طية الصفحة حتى لا تتشوه، وتضيع بعض معالمها.
- لا بد من وضع صور الأشخاص الجانبية بحيث تنظر إلى الموضوع المصاحب لها أولاً، وإلى داخل الصفحة ثانيًا، حتى لا يتحول بصر القارئ عنها إذا كانت تنظر إلى خارج الصفحة.

أما عن تحرير الصورة الصحفية، فتحرير الصورة يعني كتابة الكلام، أو التعليق أو الشرح المصاحب للصورة، ويعبر عنه في الصفحة الأوروبية والأمريكية بأكثر من مصطلح يؤدي نفس المعنى فيعبر عنه بـ Cut line وتعني المادة الشارحة للصورة المكتوبة تحتها، ومرة يعبر عنه Caption وهو العنوان الشارح فوق الصورة، والقراء يحتاجون كلام الصورة ؛ ليعرفوا من في الصورة، وعن أي شيء يدور موضوعها.

فعلى الرغم من القول الشائع بأن الصورة تتحدث عن نفسها، فإن القارئ يحتاج في أغلب الأحوال حين يطالع صورة صحفية، إلى تعليق بسيط ييسر له فهمها، فإذا كانت الصورة تضخم بعض الأشخاص فهو في حاجة إلى معرفة أسمائهم، والمناسبات التي التقطت فيها الصورة، وإن كانت تصور حادثًا معينًا فهي أيضًا تحتاج إلى تعليق يفسر بعض جوانبه، أو يلفت نظر القارئ إلى عنصر ما؛ ليلتفت إليه أو يفهمه، وحتى الصور الجمالية التي تنشر في بعض الصفحات، والتي تحتوي أي قيمة إخبارية تحتاج هي الأخرى لبعض الكلمات تصاحبها، وتشير إلى بعض النواحي الفنية فيها، أو جمال تكوينها، أو إبداع الخالق في كونه أو تدرج ظلالها.

ويذهب بعضهم في أهمية كلام الصورة إلى أن الصورة رغم كونها مفيدة في إثارة الأحاسيس ومنشطة للعمليات الإدراكية إلا أنها دون مساعدة الكلمات تصبح غير قادرة على مجاراة القوة البيانية للكلمات المستخدمة بمفردها.

على أن هنالك بعض النوعيات من الصور قد لا تحتاج لهذا الشرح، ومنها بعض الصور الشخصية، فصورة رئيس الدولة لا تحتاج أن تضع اسمه بجانبها، ولكن يمكن وضع تعليق مناسب لها إذا كانت ملامح وجهه في هذه الصورة ذات تعبير خاص يراد لفت النظر إليه.

وكلام الصورة يجب أن يكون مركزا، بحيث لا يعطي من المعلومات إلا التي تعجز الصورة نفسها عن تقديمه، ويجب أن يبتعد عن تكرر المعلومات الواردة في عنوان الموضوع الذي تصاحبه الصورة.

فهناك قواعد يجب أن يلتزم بها محرر الصورة في كتابة الكلمات الشارحة حتى تجذب انتباه القارئ، وتساعد على فهمه للموضوعات وهي القواعد.

1- عدم الإخبار بالشيء الواضح، فإذا كان هناك إنسان يبتسم فلا تقل: إنه يبتسم ولكن اذكر السبب وراء الابتسامة.

2- استخدام الفعل المضارع فهو يحسن حالية الصورة التي يصاحبها.

3- استخدام التخصيص بدلاً من التعميم، فحينما نقول رجل عمره ثمانون عامًا، أفضل من أن نقول رجل عجوز.

4- يجب أن يوصف الحدث، مثلما هو واضح في الصورة، وليس الحدث في حد ذاته فسوف يدفع القارئ في حيرة إذا قرأ شيئًا لا يجده في الصورة.

5- يجب التأكد من دقة كلام الصورة.

معايير انتقاء الصورة الصحفية:

ولأن إنسان هذا العصر يعيش في عالم تتخلله الصور بشكل خاطف وسريع وتهيمن عليه، لقد أصبحت الصورة تقوم بمهمة الوساطة، وقد حذر بعض المفكرين من مثل هذا الطغيان للصور على ثقافة الإنسان، لكن على الرغم من ذلك شئنا أم

لم نشاء فقد أصبحت الصور من أكثر الوسائط شيوعًا في تعبيرها البصري، لكنها حين تصاحب النصوص المكتوبة كالنص الصحفي لا بد أن تخضع لمعايير في انتقائها، فما هي معايير انتقاء الصورة الصحفية في إخراج الصحيفة ؟

- لقد أدت التطورات التكنولوجية المتتابعة في صناعة وسائل الإعلام إلى الدخول في عصر جديد، يتميز بتدفق أخبار متلاحق لما يجري في مختلف أنحاء العالم، وقد اتخذت الصورة الصحفية في هذا المجال مكانًا متميزًا في نقل ما يدور من أحداث لما تتميز به من قدرة فائقة على نقل المعاني والتعبيرات والمشاعر بأسلوب يصعب أن تعبر عنه الكلمات.
- وقد أدى هذا التطور في عصر الصحافة المصورة إلى تنامي الحوار حول المعايير التي تحكم انتقاء الصورة الصحفية، وتوظيفها، وتحديد أولويات النشر، وموقعها في الصحة، وغيرها من المعايير، التي أصبحت تنعكس بالتالي على كم المعلومات والأخبار وقيمتها.
- ونظرًا لأن الصورة الصحفية بما تملكه من مزايا متعددة تجعلها محورًا لاهتمام العديد من أطراف العملية الصحفية، يتلقاها الجمهور لتلبي احتياجاته في معرفة ما يدور من أحداث في العالم بعد أن يتسابق إلى التقاطها المصورون سعيًا وراء انفراد أو سبق صحفي، أو تغطية صحفية أكثر حيوية، ويسعى المخرجون من خلالها لإضفاء مزيد من الجاذبية على صفحاتهم وللتميز عن سياسات الصحف.

وفي حقيقة الأمر فإن انتقاء الصورة الصحفية يتأثر بالعوامل الخارجية في البيئة، أو السياق الاجتماعي، وقد يتأثر أيضًا بالعديد من القوى المؤثرة عليه في المؤسسات الصحفية، مثل العلاقة بين الخصائص الشخصية للقائم بالاتصال سواء العامة مثل الدخل والطبقة والنوع، أو خصائص فكرية أو عقائدية والمحتوى الذي يقوم بإعداده، مثلما تضع علاقات العمل بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدًا اجتماعيًا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة له.

وبالتالي يتوحد القائمون بالاتصال مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل المجموعة، وهو ما يجعل القائم بالاتصال معتمدًا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، ويجعله هذا الانتماء يطور في أسلوبه من خلال ملاحظته للآخرين. وهذه هي عملية التنشئة داخل الجماعة التي تؤثر في القائم بالاتصال نفسه.

ومثلما يتأثر أيضًا انتقاء الصور الصحفية بدور القائم بالاتصال كحارس للبوابة حيث يبدأ والعناصر الفاعلة في نظام المؤسسة الصحفية، الذي يخضع لمجموعة السياسات، التي قد تكون معلنة أو مستترة، ويكتسبها من خلال علاقات الزمالة، والانتماء ضرورة لاستمرار المؤسسة واستقرارها في علاقتها بالمجتمع، ويظهر الالتزام بهذه السياسات من خلال ما يقوم به من عمليات المراجعة لمحتوى الصورة الصحفية، حتى تتفق مع هذه السياسات، سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل بما يشير في النهاية إلى التحيز في انتقاء الصورة الصحفية لخدمة الأهداف والسياسات الخاصة بالمؤسسة، التي تحدد ما يجب وما لا يجب أن يتعلمه القائم بالاتصال أثناء ممارسته لعمله.

لقد أجرى (مارشال فيليب وتزونهل اشتون) دراسة تجريبية على 39 مصورًا صحفيًا من المحترفين والهواة لتحديد متى يكون المصور الصحفي مستعدًا لالتقاط الصورة ثم تعريفهم لرؤية سر لقطات تم تصويرها بالفعل لممثلات في أوضاع متدرجة من الحالات العادية إلى الحالات غير المألوفة، ومتدرجة في التأثير حتى الوصول إلى الوصول إلى مرحلة الانفعالات العارمة. وتم وضع نوعين من الأزرار أحدهما يضغط عليه المصور عندما يفضل تصوير نفس الصورة والثانية عندما لا يرغب، وأشارت النتائج إلى أن المصورين المحترفين كانوا أكثر ثقة وخبرة في اختيار الصور، وأن احتمالات التقاط الصور كانت تتزايد بتزايد معدل التأثيرات الإيجابية، وتتناقص بتزايد معدل التأثيرات السلبية داخل الصور.

كذلك تتأثر عملية انتقاء الصورة الصحفية بتوقعات القائم بالاتصال من جمهور المتلقين، وتصوراته عن علاقة خصائص هذا الجمهور بالأنماط السلوكية

المستهدفة، وهذا التصور يؤثر في اختياره لأنواع الصور ومحتواها وشكلها، حتى يحقق الهدف الاتصالي الذي يسعى إليه، وكما تتأثر عملية انتقاء الصور بمدى انتهاء القائم بالاتصال إلى الجماعات المرجعية التي تعد عنصرًا محددًا من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير، أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، وتميل الجماعات المرجعية ذات المصلحة إلى رؤية كل الأحداث وتفسيرها في إطارها ومفهومها الضمني لاهتمامها بالمشترك الذي تجمعت حوله، مثل نقابة الصحفيين، ويعكس الانتقاء المعايير الاجتماعية والثقافية، ومدى تمسك القائم بالاتصال بها بحيث تصبح إطارًا مرجعيًا له في التعبير والإدراك والسلوك، ويمكن الاستناد إلى نظرية المعايير الثقافية في رسم توقعات القائم بالاتصال عن أهداف الصور الصحفية، حيث يسترشد بهذه المعايير في هذا الدور.

لذا ينبغي عند التعرض للصور الصحفية المنشورة أن يؤخذ في الاعتبار التأثيرات المجتمعية، وتلك التي فرضتها التطورات التكنولوجية، والميل إلى اختيار الأفضل من جانب العاملين في المؤسسات الصحفية، فالصورة الصحفية لم تعد مجرد عمل حرفي فقط وإنما هي أداء اتصالي مشتق من عوامل الثقافة التي تعكسها.

كما تتأثر عملية انتقاء الصور الصحفية أيضًا بالسياق التنظيمي، والإجراءات الروتينية، مثل تأثيرات مجالس التحرير وإدارة التحرير، والتأثيرات التقنية، وعامل الوقت والمتابعة الإخبارية مما يؤثر في النهاية على تشكيل القيم الإخبارية وترتيبها في المؤسسة، والتي قد تختلف مع ما يحدث في العالم الخارجي، أو توقعات القراء، ولكنها تعد في النهاية نتيجة للبناء التنظيمي للعلاقات والإجراءات التي تؤثر على الناتج النهائي للصور الصحفية.

وكما يتأثر أيضًا انتقاء الصور الصحفية بالعلاقات، أي بمصادر الصور والمعلومات، وإن كان من الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين القائم بانتقاء الصور ومصادرها، ولأن هذه العلاقات تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها في كل المجتمعات بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامي القائم، ولا يمكن تصنيف هذه العلاقة في إطار الاعتماد، ولكن كل ما يمكن ملاحظته أن هذه العلاقة لا يعبر مظهرها عن وجودها في أغلب الأحوال.

مجالات استخدام الصورة الصحفية:

اهتمت الدراسات التي تناولت الصور الصحفية في السنوات الأخيرة بدراسة المجالات المختلفة، التي استخدمت فيها ولعبت خلالها دورًا مؤثرًا لمتغير اجتماعي فعال، وأداة هامة لتوثيق فترات حاسمة من تاريخ المجتمعات، ولعل أبرز المجالات التي ركزت عليها دراسات الصورة الصحفية في السنوات الأخيرة هي:

[1] – [استخدام الصورة الصحفية في تغطية المعارك العسكرية]:

وقد اهتم العديد من الباحثين بإجراء دراسات حول استخدام الصور الصحفية في تغطية المعارك العسكرية، وخلال السنوات الأخيرة حظيت حرب الخليج الثانية باهتمام عدة دراسات، فقد أجرى حسين أمين دراسة استهدفت تقويم الصور الصحفية في الصحف المصرية خلال حرب الخليج، والتي نشرت في صحف الأهرام والأخبار والوفد والأهالي، وأشارت أهم النتائج إلى تأثير الموقف السياسي على عملية اختيار الصور المنشورة، وأن 85 ٪ من الصور أخذت مساحة مناسبة للنصوص الصحفية المصاحبة، وأن أكثر من نصف الصور ارتبطت إلى حد مناسب بالنصوص الصحفية المنشورة معها .

كما شهد مجال الصور الصحفية خلال الغزو الأمريكي البريطاني للعراق إسهامات كبيرة للمصورين الصحفيين في إظهار بشاعة الغزو الأمريكي وقتل المئات من المدنيين العراقيين، وكان يوم 8 إبريل عام 2002 يومًا داميًا في تاريخ الصحافة العالمية، ففي خلال تغطيته للغزو الأمريكي البريطاني للعراق لقي المصور الأوكراني تاريس برو بوكالة برويتز للأنباء مصرعه، بعد قصف القوات الأمريكية البريطانية لفندق فلسطين الذي يستخدمه الإعلاميون في بغداد، كما شهد هذا اليوم مصرع ثلاث آخرين إلى جانب العديد من المصابين، وهو ما دفع وسائل الإعلام إلى إعادة تقيم الموقف لاعتبارات سلامة العاملين لديها.

ولقد برز الدور المهم للصور الصحفية في تغطية أحداث الانتفاضة الفلسطينية، وفي مواجهة المزاعم الإسرائيلية بشأن تهديد الفلسطينيين لا منها، فقد

أثبتت الصور الصحفية العديدة كذب هذه المزاعم وأبرزت الانتهاكات الإسرائيلية لحقوق الفلسطينيين والاعتداءات المستمرة على المدنيين.

وقد أظهرت الصور الجانب الإنساني الفلسطيني في مواجهة عدوان الآلة العسكرية الإسرائيلية، وكان من أبرزها الصور التي التقطها المصور الفلسطيني طلال أبو رامه مندوب التلفزيون الفرنسي لتفاصيل المشهد المأساوي لاغتيال الطفل الفلسطيني محمد الدرة، الذي استشهد في أحضان والده على يد قوات الاحتلال الإسرائيلي بعد تعرضه لوابل من طلقات الرصاص الوحشي.

[2]- [استخدام الصورة الصحفية في المجالات الاجتماعية]:

أصبح التصوير الصحفي أحد القوي البصرية في حياتنا كما أصبح مهما كالكلمة المطبوعة تمامًا، فهو لا يستطيع أن يسجل اللحظات ذات الدلالة من الناحية الشخصية فحسب، ولكن من الناحية الاجتماعية أيضا لذلك فهو يعد من أكثر الوسائل القيمة لتسجيل التاريخ الاجتماعي للمستقبل وللأجيال القادمة .

وقد مثلت المجالات الاجتماعية محورًا مهما دارت حوله الصورة الصحفية لسنوات عديدة مسجلة خلال الأحداث والانفعالات وردود الأفعال والجوانب الإنسانية، وليس أدل على ذلك من تأمل الصورة الصحفية الفائتة خلال السنوات العشر الأخيرة بجائزة بولتيزر، والتي تعد واحدة من أهم جوائز التصوير الصحفي في العالم وذلك مجاليها spotvews photography والتي تحولت إلى Breaking news photography عام 2000 أو فن feature photography.

ولذلك اهتمت العديد من الدراسات خلال السنوات الأخيرة بالتعرف على الاستخدامات المختلفة للصور الصحفية في المجالات الاجتماعية، فقد أجرى ديلوث تارا وآخرون دراسة التفرق على كيفية تصوير العرق والنوع في 450 صورة حق الصور المنشورة في ثلاث من صحف كاليفورنيا، وأشارت النتائج إلى أن النساء والأقليات لم يمثلوا بشكل ملائم بالقياس إلى المعدل العرقي، ومعدل النوع بالنسبة لمجموع السكان في كاليفورنيا، وكانت أكثر العناصر التي لم تمثل بشكل ملائم هي العنصر الأسيوي واللاتيني، كما لم يتم تمثيل النساء بشكل عام، وتم

تقديمهن بصورة ملحوظة في صورة الضحايا، بينما قدم الرجال غالبًا في أدوار المتميزين. وتم التركيز على تقديم الزنوج في الرياضة بشكل عام، أو مجال الجريمة، وتؤكد نتائج الدراسة أن التأكيد المستمر على تقديم الشخصيات وفقًا للعرق أو النوع في أدوار نمطية ثابتة يمكن أن يكون له عواقب سيكولوجية ومجتمعية سيئة .

وقد دفعت الأدوار المهمة التي يؤديها المصورون الصحفيون الباحثون عن دراسة ما أسهمت به الصورة الصحفية في مجال التغير الاجتماعي لمجتمعاتهم، فقد أجرى كابلان دراسة حول تأثير الصور الصحفية لتشارلز مور على صفحات مجلة Life في الفترة من 1985 إلى 1965 حيث ذكرت الدراسة أنه كان لصوره مغزى كبير يكاد يفوقنا تأثير دور مارتن لوثر كنج في هذه الفترة، وأنها ساهمت في توقيع الرئيس الأمريكي جونسون على قانون الحقوق المدنية عام 1964، كما تشير الدراسة إلى أن أهمية صور تشارلز مور الصحفية خلال هذه الفترة لم تكن لأهمية التغيير الاجتماعي الذي شهدته من الناحية التاريخية، وإنما أيضًا لصعوبة تغطية هذه الأحداث التي لم تكن تخلو من عنف.

[3] – [استخدام الصورة الصحفية في تغطية الأحداث الرياضية]:

حظيت الصورة الصحفية التي ساهمت في تغطية الأحداث الرياضية باهتمام بعض الدراسات ؛ نظرًا للدور المهم الذي أصبحت تلعبه الرياضة، وما تعكسه من توجهات مجتمعية تعدت حدود مجالها. فقد أجرى دونكان وسيبوفونج دراسة حول الصور الصحفية المنشورة بصحيفة ski الرياضية، كشفت نتائجها عن وجود اختلافات كمية وكيفية بين صور الرجال والنساء من الرياضيين، من حيث أنواع الرياضات، التي استحوذت على العدد الأكبر من الصور ومن حيث زوايا الكاميرا، كما أكدت الدراسة أن الاختلافات بين صور الرجال والنساء ما زالت تمثل مشكلة ؛ لأنها تقدم صورًا نمطية للأدوار المحتملة من الرجال والنساء، وأن قراء المجلة سوف يتأثرون بهذا المضمون الفكري لقوة الرسائل الإعلامية التي تعكسها الصور.

أهمية كلام الصورة الصحفية:

يبدو أن هنالك جزء مهم يأخذ مساحة في الأهمية عند عرض الصورة الصحفية، وأن هذا الجزء يتمثل في كلام الصورة، ويطلق عليه في الولايات المتحدة Cutlin في حين يطلق عليه في بريطانيا، والكلمتان تستخدمان بشكل مترادف للتعبير عن الكلام الذي ينشر مجاورًا للصورة ليعلق عليها ويشرحها، وهو يعد جزء من المتن أو الموضوع الذي يصاحب الصورة، وقد يكون طويلا يصل إلى عدة فقرات، أو جمل قصيرة، أو عبارة تتضمن ثلاث أو أربع كلمات فقط.

وهناك من يعتقد أن هنالك مستقبلاً للصورة الفوتوغرافية التي تنشر دون مساعدة الكلمات، ولكن من وجهة النظر الصحفية فإن هذه الفكرة غير سليمة، فالقصة المصورة التي لا يصاحبها كلام ما زالت استثناء، وسوف تظل كذلك، والمشكلة ليست ما إذا كان يمكن نشر الصور الفوتوغرافية دون كلام، ولكن المشكلة هي، هل يمكن لهذه الصور القيام بوظيفتها الاتصالية على الوجه الأكمل دون مساعدة الكلمات؟.

إن الكلمات قد تنشر دوم وسائل إيضاحية، ولكن الصورة لا يمكن أن تنشر دون كلام يصاحبها، وعملية المزج بين الصورة والكلام هي التي تجعل من التبوغرافي القائم بالاتصال النهائي، ومن هنا يجب التميز بين الصورة الفوتوغرافية كفن والصورة الفوتوغرافية كقناة للاتصال.

وإذا كان الاتصال الذي يجب أن تقوم به الصور محددًا فيجب ترجمتها إلى كلمات، ويقدم كلام الصور هذه الترجمة، أو على الأقل يعطي القارئ مفتاحًا إلى الترجمة الصحيحة، ولذلك فإن هنالك قاعدة تقول: يجب التعريف بكل صورة إلا أن هذه القاعدة تلقي معارضة من المصورين الذين يصرون على أن صورهم تتحدث عن نفسها.

وعمومًا فإن الصورة يمكن إن الصورة يمكن تفسيرها بطرق كثيرة، إذا لم تخبر القارئ بالتفسير الصحيح، وإذا لم يتم تفسير الصورة تفسيرًا صحيحًا فإنه من اليسير ألا تقوم هذه الصورة بالاتصال المنوط بها على الإطلاق تكون مصحوبة ببعض الكلام وبمقارنة بسيطة للغاية يمكن أن نلاحظ رد فعل الزوار واستجابتهم

في متحف للصور، فالصور الزيتية التي يوجد لها عنوان أكثر متعة، وتلقى قبولاً من الزوار أكثر من تلك التي تقتصر لمثل هذا العنوان.

ومن هنا فإن القراء يحتاجون إلى كلام الصورة ؛ كي يعرفوا من في الصورة، وعن أي شيء تدور أحداثها، فعلى الرغم من أن الجريدة أو المجلة تنشر صورًا عديدة لرجال السياسة، ورجال الفن، وشخصيات من المجتمع يمكن تميزهم بسهولة، فإن هنالك قاعدة تقول: لا ندع صورة في الصحيفة بدون كلام أو تعريف، حتى لو لم يتعد مجرد سطر واحد يحمل اسم هذه الصورة.

الصورة الصحفية والحالة الجسمية والنفسية للقارئ:

تبين تجارب الحرمان الحسي أن القارئ يحتاج إلى المثيرات الحسية على نحو دائم، فالمخ لا يعمل من دونها، وأن أكثر المثيرات تأثيرًا في نشاط المخ البشري هي المثيرات البصرية، فنحو 80٪ وربما أكثر من المدخلات والانطباعات الحسية التي تستخدمها في الحصول على معلومات عن البيئة هي مدخلات وانطباعات بصرية أما باقي المدخلات والانطباعات فتتوزع على الحواس الأربع الأخرى وبنسب متفاوتة، ويأتي السمع في مقدمتها.

لا تكون الصور الصحفية التي تدخل عبر حاسة الإبصار إلى عقل الإنسان دائمًا عادية أو مألوفة، حيث تحدث أحيانًا عمليات خداع إدراكي، وصعوبات في تحديد طبيعة الأشكال المدركة على نحو دقيق. كما يحدث أحيانًا بعض حالات الاختلال في طريقة عمل المخ ذاته. وتنعكس هذه الاختلالات على الطريقة التي يدرك الإنسان بها البيئة المحيطة به بصريًا.

ففي المنظومة البصرية يجري التنبه للثوابت وفقًا للمعلومات التي يجري البحث عنها وكذلك الخبرة السابقة والتعلم، والمنظومة البصرية تنتج من ذلك التفاعل البصري بين الفرد والبيئة، وهي تتغير باستمرار، ونادرا ما تكون في حالة ساكنة، ويقول جيبسون إن الرسم يمكن أن يكون مثل الصور الفوتوغرافية تسجيلاً لادراكاتنا، لكنه ليس بالضرورة فوتوغرافيًا ؛ لأنه يشتمل على أنواع عديدة من الخبرة الإدراكية، مثل الخبرة بالسرعة والحركة واللون. وإن قارئ الصحيفة يمكنه أن يسجل تلك الخبرات باعتبارها صور ساكنة لمنظومة ثابتة الحركة.

لقد أكد جيبسون خلال نظريته الذي يضطلع دائما بتطويرها، أهمية عملية التقاط المعلومات في الإدراك البصري، ورفض خلال تلك النظريات التي تؤكد دور عمليات الإحساس في الإدراك الفني، والصور في رأيه هي وسائل للتخاطب وتخزين المعلومات، وتراكم المعرفة ونقلها إلى الأجيال التالية من البشر.

وهناك بنية موجودة في الصورة واللغة، لكن بنية المعلومات في الضوء المحيط أكثر ثراءً واستمرارًا من بنية المعلومات الموجودة في اللغة. ويقول جيبسون إن كل فنان يعرف أن هنالك أفكارًا يمكن التعبير عنها بصريًا دونما حاجة إلى التفسير اللفظي عنها. فاللوحة في رأيه هي عرض للمعلومات البصرية، التي لا تتكون من نقاط لونية أو أشكال مألوفة ذات معان محدودة فقط، لكنها تكون أيضا ذات تنظيم بصري يتكون من تدريج (هيراركي) من الوحدات المتفاعلة. ويجب أن تكون هنالك طاقة تنبيه كافية في المنظومة البصرية؛ كي تستثير المستقبلات الحسية لدينا. والإدراك البصري يقوم على أساس التقاط المعلومات، وليس على أساس مجرد الاستثارة الحسية، والعمليتان متميزتان.

أما عن أنواع كلام الصورة الصحفية، فيشير محمد علم الدين إلى الأنواع الآتية:

1 – كلام أو تعليق يصف صورة هي جزء من قطعة إخبارية تجري أحداثها داخل الصورة، وهنا ينبغي أن يكون مختصرًا.

2 – كلام يصف صورة تنشر في صفحة، وتنشر قصتها الإخبارية أو موضوعها الصحفي في مكان آخر في الجريدة أو المجلة، وهنا ينبغي أن يكون التعليق مفصلاً موسعًا.

3 – كلام يصف الصورة ولا ينشر معها موضوع؛ أي يكون هو التعليق الوحيد المصاحب لها، وينبغي أن يكون شاملاً كاملاً يضم كل الحقائق التي تعبر عنها الصورة.

4 – كلام يصاحب صورة تصف قصة إخبارية، وليس هناك حقائق كافية بداخلها تجعلها تقف بمفردها بدون صورة وتصلح للنشر، لذلك ينبغي التوسع والتفصيل في كلام الصورة بحيث يكون وافيًا وقد يضم اقتباسات من الأحاديث التي دارت بحيث يعرف القارئ كل أبعاد الصورة.

وصار معروفاً أن التلازم بين الصورة والكلمات التي تشرحها هو من أهم عوامل وصول مضمون الصورة إلى أذهان القراء. وتحقيق الهدف الذي تتبعه الصحيفة، وإذا كانت الصورة تساوي ألف كلمة كما يقول المثل الصيني، فإن الصورة مع بعض الكلمات، التي تشرحها للقارئ تساوي 1010 من الكلمات، أي تساوي قيمة أكبر من الصورة لو نشرت وحدها.

لا بد أن يتم التعليق على الصورة بحيث ينبغي أن يعمل على تمييز مظهرها النهائي عن مظهر سطور المتن ؛ كي لا يختلط أحدهما بالآخر، بحيث يفقد كل منهما شخصيته وكيانه، وتتم عملية التمييز هذه باختيار حروف التعليق بشكل وبحجم وبكثافة مختلفة عن تلك المستخدمة في حروف المتن، علاوة على إمكانية جمع سطور التعليق بطرز مختلفة عن تلك المستخدمة في حروف المتن، والخبراء عادة ينصحون بزيادة حجم الحرف المستخدم في كتاب التعليق عن ذلك المستخدم في كتاب المتن بمقدار بنط واحد أو بنطين لأن ذلك من شأنه أن يزيد في سهولة القراءة.

أما عن تعريف الأشخاص في الصورة، فقد اتفق علماء الصحافة على عدة طرق وأساليب لتعريف الأشخاص في الصورة، وهي ليست جامدة بل تتسم بالمرونة، ويتحدد ذلك بعدد الأشخاص الموجودين في الصورة وموقعهم، ويمكن تفصيل ذلك مثلما يرى محمود علم الدين كما يأتي:

- إذا كانت الصورة تضم شخصاً واحداً يصاحبها هناك أبسط أنواع الكلام، الصور من كلمات تبين اسم هذا الشخص وعمله. وتحتاج الصورة إلى توضيح إضافي، إذا كان الشخص في الصورة يؤدي شيئاً لا يبدو واضحاً بالنسبة للقارئ العادي.
- إذا كانت الصورة تضم شخصين، وكانا مختلفين في الجنس، فينبغي ذكر اسميهما بشكل واضح، وإذا كانا شخصين من نفس الجنس يعرف أحدهما من اليسار، والقراء يعرفون أن الشخص الآخر من اليمين، وهكذا.
- إذا كانت الصورة تضم ثلاثة أشخاص، يحدد أحدهن من اليمين، والآخر في الوسط، ويترك للقارئ أن يفهم أن الثالث في اليسار.

- إذا كانت الصورة تضم أكثر من ثلاثة أشخاص، يعرفون من اليسار إلى اليمين حسب اتجاه عقارب الساعة، هذا في الصحف الأجنبية، والعكس صحيح في الصحف العربية.
- إذا كان هناك مجموعة صور بجانب بعضها بعضًا، اختلف حول هذا الأمر، فبعضهم يقول: يكتب كلام أو تعليق لأكثر من صورة، ويمتد بعرض هذه الصور، وهذا يصب أكثر فائدة؛ لإنه يربط الصور المشتركة معًا.

وحين يقوم المحرر الصحفي بتحرير الصور الشخصية ينبغي عليه أن يراعي في تحريره للصور الشخصية المبادئ الآتية:

- لا ينبغي أن تخدع القراء، فسيعرفون إذا كانت الصورة المنشورة حديثة أم لا، لذلك من الضروري تحديد تاريخ التقاط الصورة.
- الزمن المضارع يعزز حالة الصور، والزمن الماضي يستخدم إذا ذكر في الجملة التاريخ، وأعطيت حقائق إضافية غير موضحة في الصورة، وقد يستخدم كلا الزمنين الماضي والمضارع.
- عدم ذكر الشيء الواضح، فإذا كانت هناك فتاة جميلة في الصورة، فالحقيقة سوف تكون واضحة.
- لا داعي للتخمين أو التحرير أو الاستنتاج، فالمحرر الصحفي قد لا يعرف عما إذا كان في الصورة سعيدًا.

المعالجات الجرافيكية للصورة الصحفية:

تتنوع المعالجات الجرافيكية للصورة الفوتوغرافية، وتتمثل فيما يأتي :

[1]- [موقع الصورة]:

عند الحديث عن موقع الصورة، فإن الأمر يتطرق إلى جانبين مهمين، أولهم موقع الصورة على الصفحة، والثاني موقع الصورة من الموضوع المصاحبة له.

(أ)- موقع الصورة على الصفحة:

يعد النصف العلوي المكان المناسب لنشر الصور، فهو صدرها الذي تبدأ عند رؤية الموضوعات المهمة، وهو الذي يظهر للقارئ عند عرض الصحيفة للبيع بينما

يأخذ النصف السفلي من الصفحة نصيبه من الأهمية والإبراز من خلال العناوين والإطارات إذا عزت الصور، أما إذا كانت الصور كثيرة على الصفحة فلا بأس من نشر بعضها فيه ولا يجوز استئثار النصف السفلي بالصور وترك العلوي خاليًا منها حتى وإن كانت تشغله بعض العناوين الكبيرة، فصور الصفحة ينبغي أن يظل دائمًا مركز الثقل وتعرض فيه أهم الموضوعات والصور.

مثلما يجب تجنب وضع الصورة على طية الصفحة؛ لأنها تغير من بعض ملامح الصورة ؛ لان هذا الجزء معرض للتلف، وينطبق هذا الكلام على الصفحتين الأولى والأخيرة والصفحات الداخلية أيضًا.

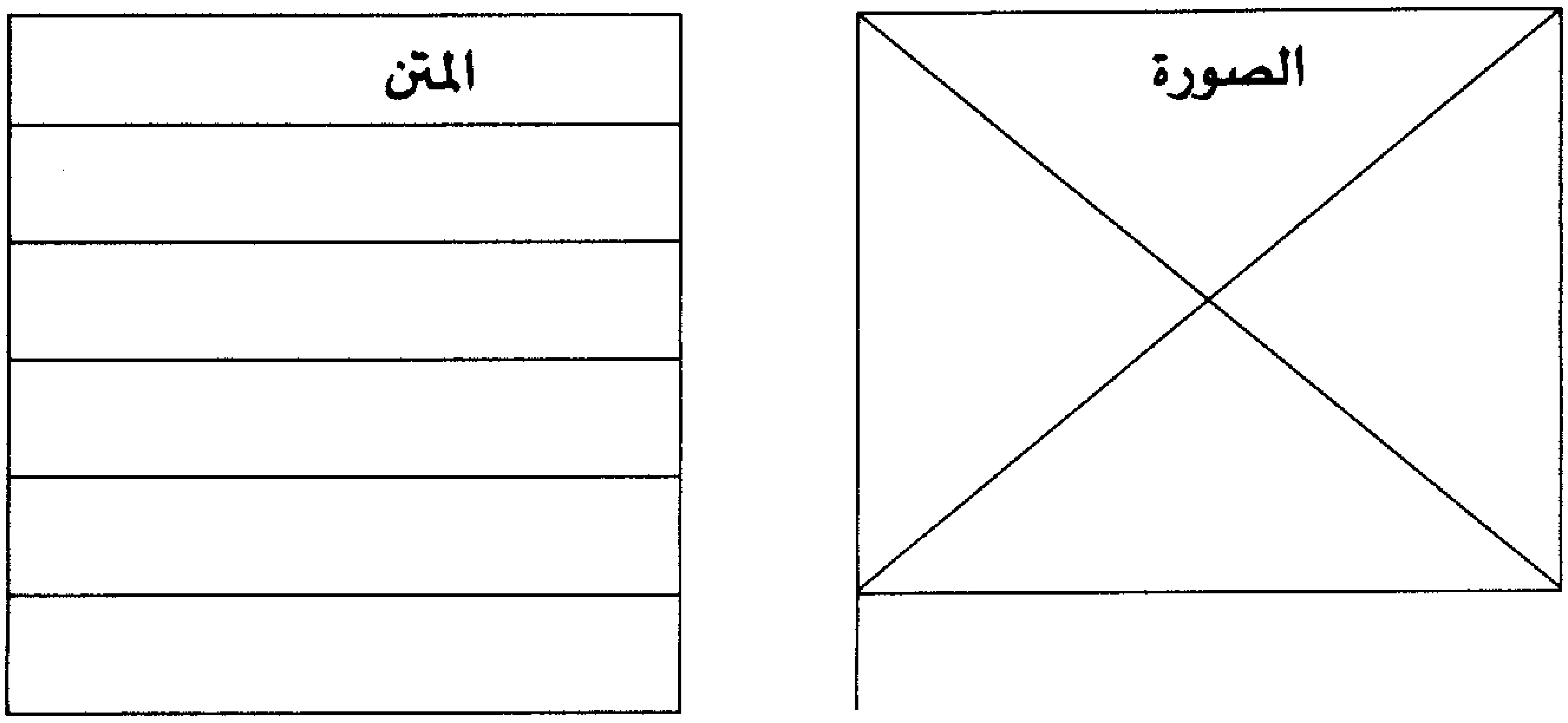
(ب)- موقع الصورة من الموضوع الذي تصاحبه:

لتحقيق الرابطة بين الصورة والموضوع يجب أولا أن يظهرا معًا على الصفحة نفسها، فلا ينشر الموضوع على صفحة متقدمة مع إشارة إلى وجود بعض الصور المتعلقة به على صفحة أخرى، والحالة الوحيدة التي يسمح فيها لتوزيع الصور على صفحتين أو أكثر هي أن يكون الموضوع الذي تصاحبه هذه الصور طويلاً بتوزيعه على الصفحات، فتنشر كل جزء من أجزائه صورة أو أكثر، ويجب مراعاة أن تكون الصورة معبرة عن المادة التحريرية الموجودة حتى لا ينقطع التفاعل بين الصورة والموضوع.

ويعد موقع الصورة فوق عنوان الموضوع مباشرة أفضل المواقع؛ لأن الصورة بالإضافة إلى أنها أكثر جاذبية من العناصر الجرافيكية الأخرى فهي أثقل من العنوان الذي بدوره أثقل من المتن، كما أنها أسهل في القراءة، وبما أن حركة عين القارئ تكون رأسية إلى أسفل الصفحة، فالطبيعي أن يقرأ (يرى) الصورة أو يحتاج بمجهود ذهني وبصري أكبر من ذلك المبذول في حالة قراءة الصورة؛ لمعرفة فحوى العنوان ثم ننتقل إلى قراءة المتن، الذي يحتاج إلى مجهود ذهني أكبر من المتن.

كما يمكن وضع الصورة تحت العنوان، ولكن بشرط أن لا تفصل العنوان عن بداية النص، أو عن النص الكامل، كما أنه يمكن وضع الصورة على يمين الموضوع وهنا يستحسن أن يكون ارتفاع الصورة بارتفاع العمود (الأعمدة) التي

ينتشر عليها نص الموضوع، كما أنه يمكن أن تكون الصورة على يسار الموضوع أيضًا، وفي كلتا الحالتين قد يمتد عنوان الموضوع فوق الصورة والنص معًا، أو فوق النص فقط، على أن يكون بموازاة الصورة تمامًا و يمكن إيضاح تلك الأوضاع من خلال الشكل التالي:

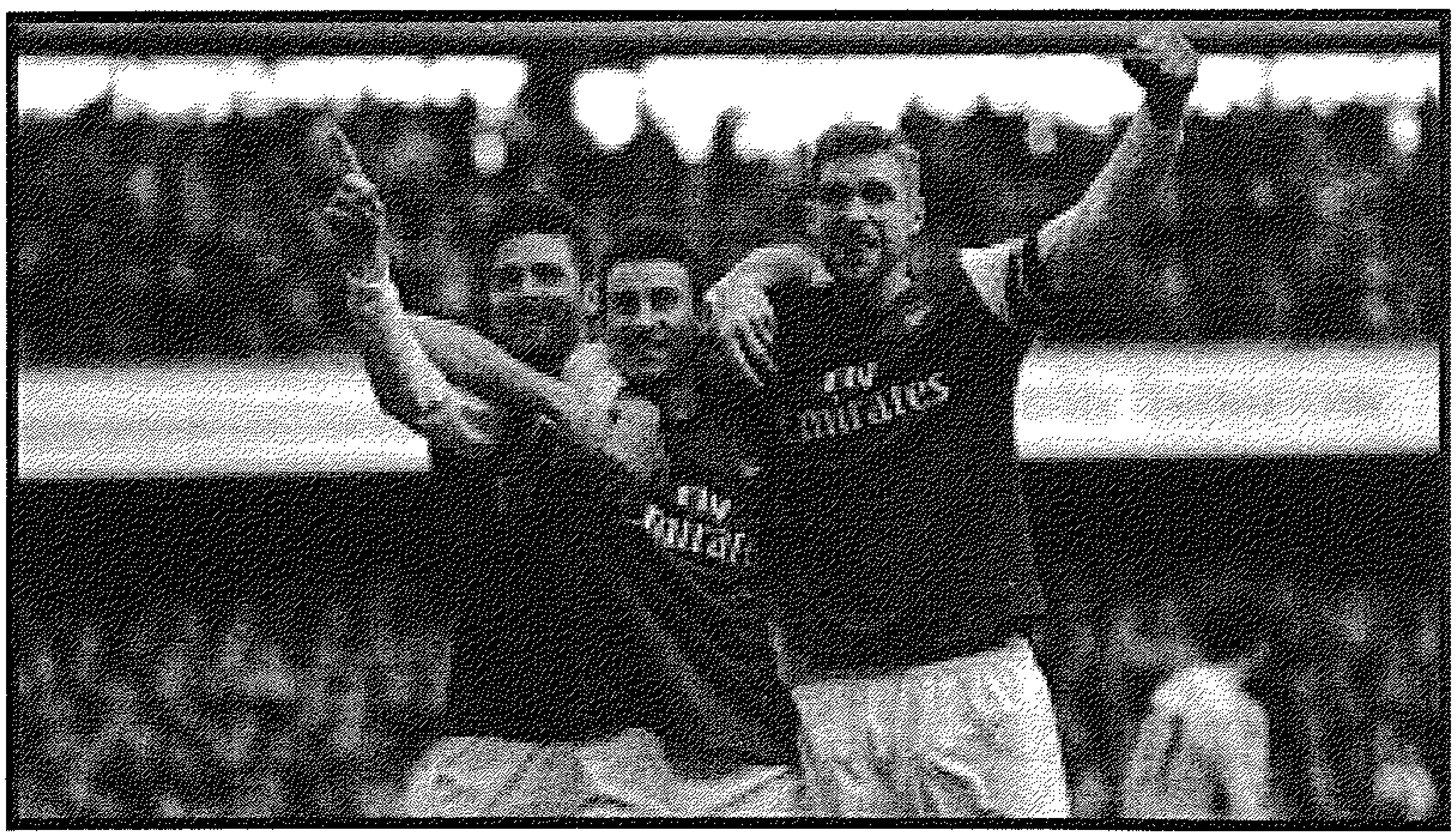


شكل الصورة يمين الموضوع، وهي كما تظهر في المثال الآتي:

الجمعة 2014/05/16

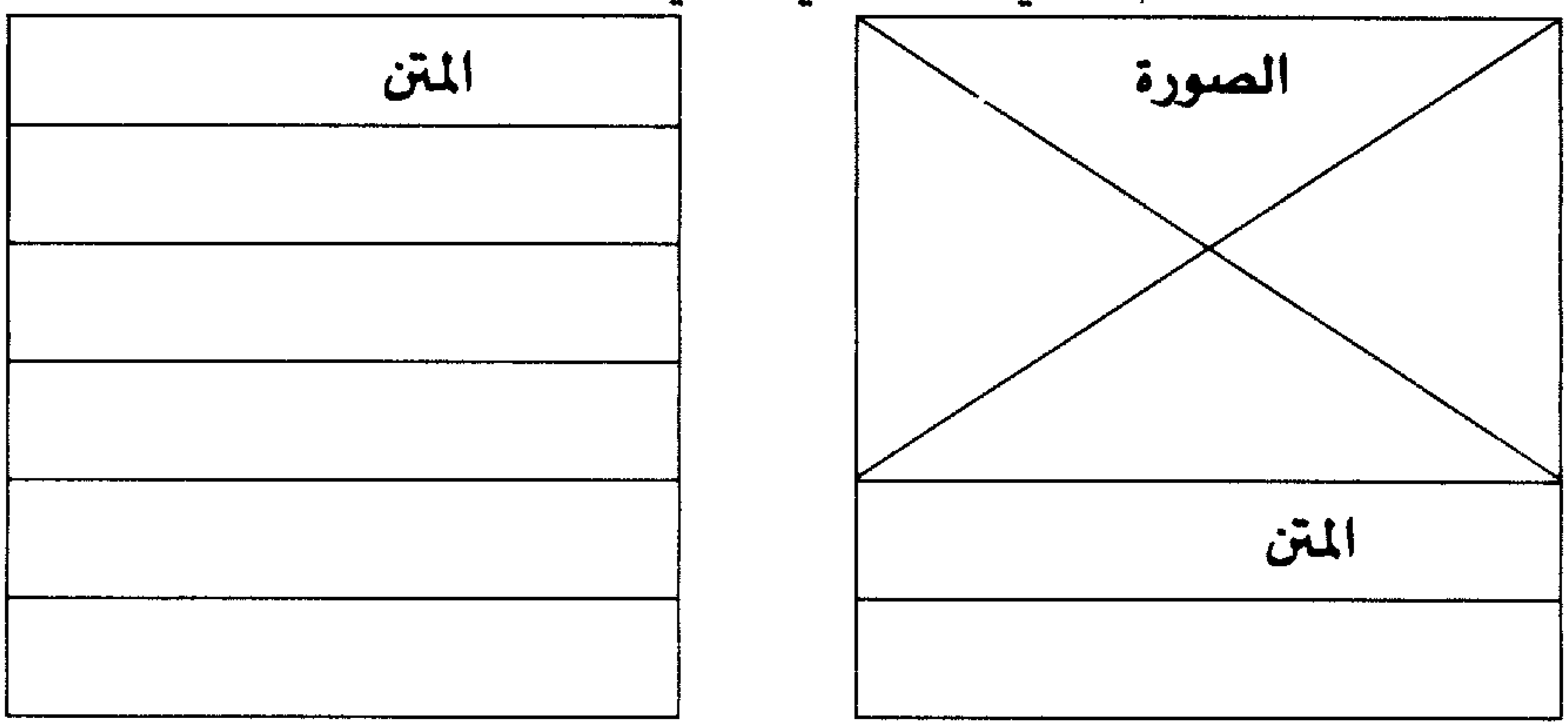
أرسنال يواجه هال سيتي في نهائي كأس انجلترا غداً

واس - لندن الجمعة 2014/05/16



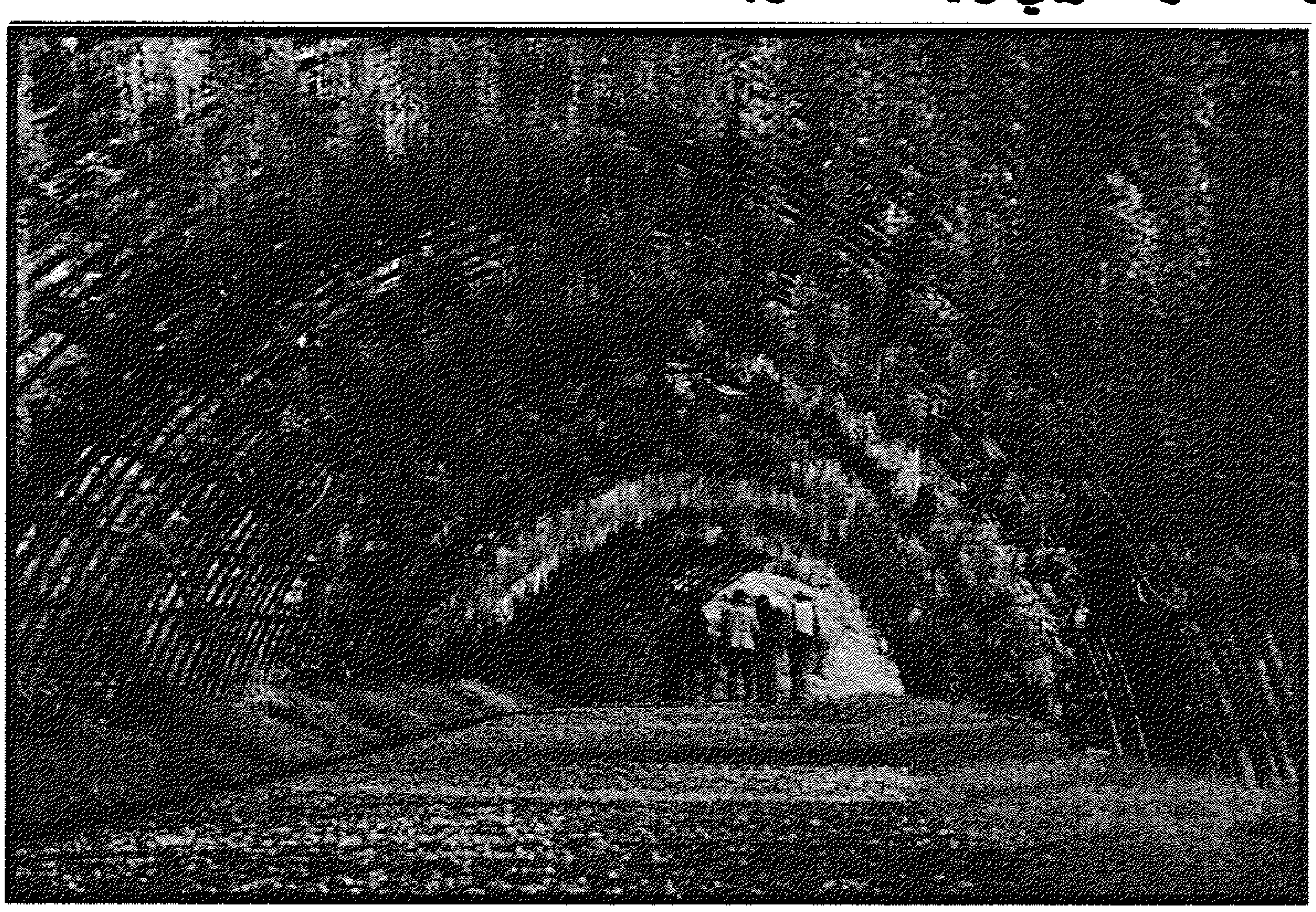
إذ يبحث الفريق اللندني عن العودة إلى منصة التتويج للمرة الأولى منذ 2005.

ويسعى فريق المدرب الفرنسي أرسين فينفر إلى فك سوء الحظ الذي لازمه منذ أن توج بلقب الكأس بالذات بركلات الترجيح على حساب مانشستر يونايتد عام 2005، على أمل أن تكون هذه المسابقة التي أحرزتها منذ حينها فرق متواضعة مثل بورتسموث وبرمنغهام سيتي وسوانسي سيتي.



شكل الصورة يمين وأسفلها متن، وكما يبدو في المثال الآتي:

حديقة العين براديس في أبو ظبي تدخل موسوعة جينيس مرتين الجميل فيها إنها داخل القطر العربي وليست خارجة.



حديقة أشكاغا في اليابان

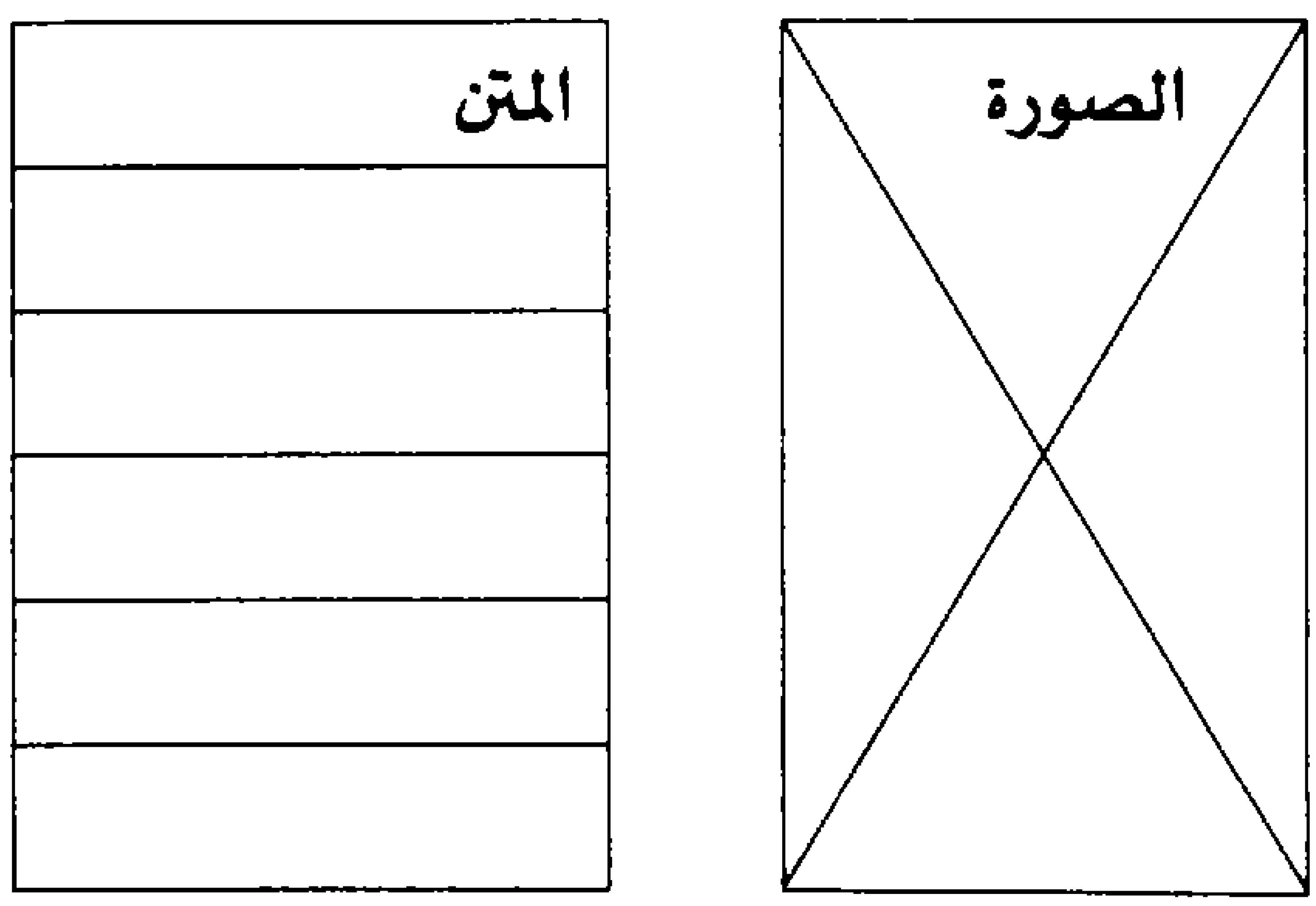
عرضنا من قبل حدائق عديدة خارج القطر العربي مثل حديقة أشيكاغا باليابان وحديقة هيا تشي باليابان حديقة "العين براديس" و بالانجليزية

Al Ain Paradise تقع هذه الحديقة في بمنطقة زاخر في مدينة العين "إمارة أبو ظبي" وقد استطاعت الحديقة الحصول على رقم قياسي عالمي عندما حققت 2424 سلة معلقة و دخلت موسوعة جينيس لعامين متتاليين.

و بالرغم من ذلك أعلنت شركة عقار لخدمات تنسيق الحدائق والزراعة (الشركة المسؤولة عن الحديقة)، قررت توسيع الحديقة لجعلها أكثر إبهارا وجمالا وتحطيم الرقم القياسي، لاحتوائها على أكبر عدد من سلال الزهور العمودية "المعلقة" و دخلت تلك الحديقة موسوعة جينيس حيث يبلغ عدد السلال المعلقة في الحديقة 2965سلة بواقع مليون زهرة من مختلف أنواع الزهور. و بتصاميم متنوعة تتألف من طبقات تتراوح بين طبقة إلى عشرة في السلة الواحدة.

يتضح من خلال الشكل أن الصورة على يمين الموضوع، واتجاه القراءة من اليمين إلى اليسار، ويكون حجم الصورة مساويًا لحجم العنوان أيضًا، ولكن الشكل يكون فيه بداية قراءة المتن أسفل الصورة، ولكن هذا الشكل عليه بعض التحفظات؛ نظرًا لأن القارئ بعد قراءة العنوان سيتجه إلى أقرب نقطة إليه، وهي هنا بداية السطر، الذي يقع أسفل العنوان، وهو بالطبع ليس بداية متن الموضوع (مقدمة الموضوع).

ولكن يمكن معالجة ذلك من خلال عرض زاوية لموضوع آخر، أو من خلال وضع العنوان فوق ولكن يمكن معالجة الصورة، ولكن متصلاً بمقدمة الموضوع، ويعد الشكل الأخير شكلاً مثاليًا:



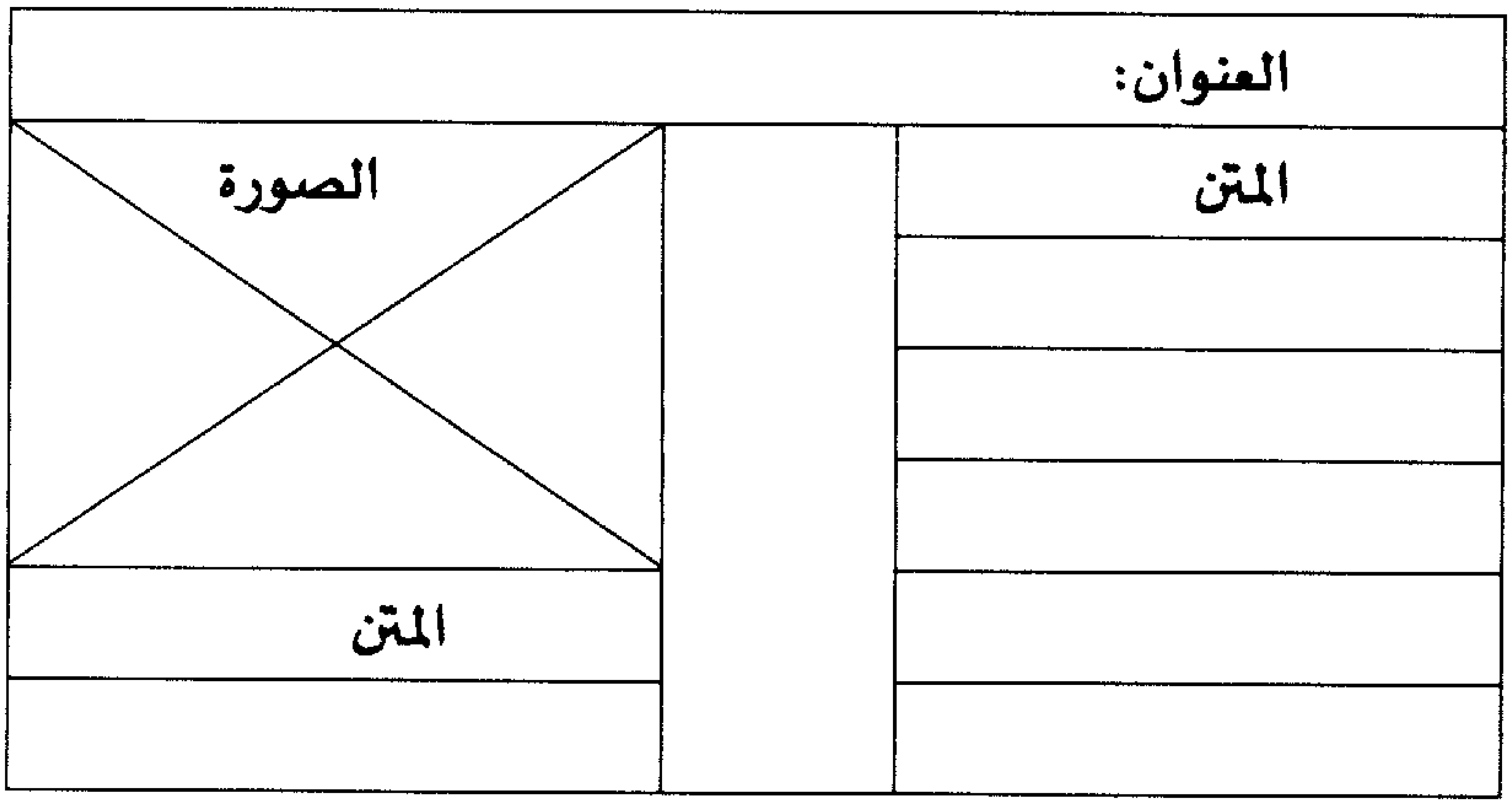
شكل رقم موضع الصورة في حالة وجود موضوع آخر

طقس ربيعي خلال الأيام الأربعة المقبلة

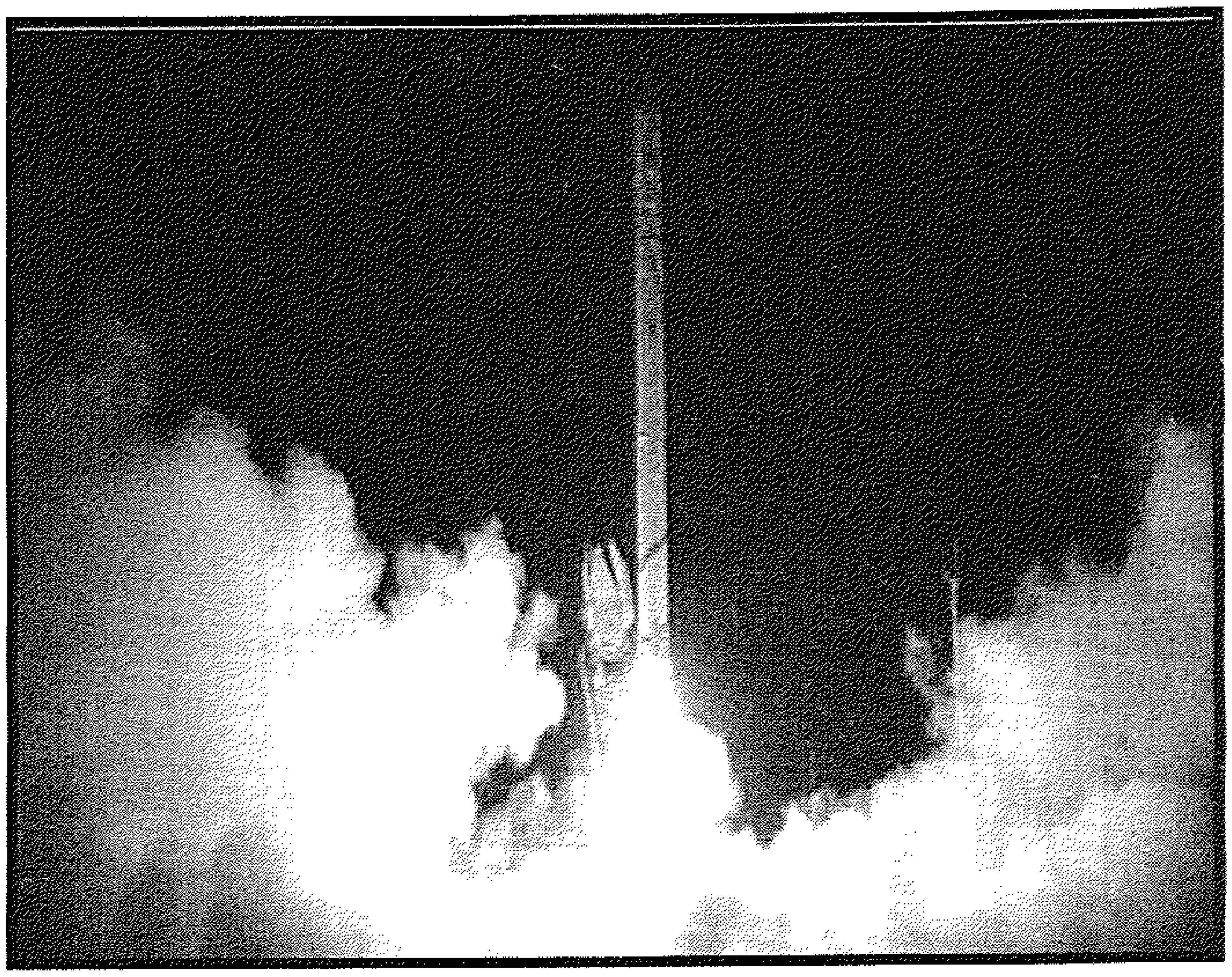


عمان - الرأي - تبقى المملكة متأثرة بامتداد المرتفع الجوي مع استقرار الطقس خلال الأيام الأربعة المقبلة بإذن الله، و يكون الطقس خلالها ربيعياً معتدلاً في المناطق الجبلية وحاراً نسبياً إلى حار في باقي المناطق مع ظهور بعض السحب العالية وتكون الرياح شمالية غربية معتدلة السرعة تنشط أحيانا بعد الظهر وفق دائرة الأرصاد الجوية.

وبحسب دائرة الأرصاد الجوية يطرأ يوم غد السبت انخفاض قليل على درجات الحرارة مع بقاء الفرصة لسقوط زخات من المطر في المناطق الشمالية من المملكة.



شكل رقم وضع مثالي للصورة، وهي كما تظهر في المثال الآتي:



انفجار صاروخ روسي يحمل قمرا صناعيا فى الفضاء بعد 9 دقائق من إطلاقه

انفجر الصاروخ الروسي من طراز "بروتون- إم" في الفضاء بعد 9 دقائق من انطلاقه، حيث كان يحمل قمرا صناعيا إلى الفضاء من مطار "بايكونور" الفضائي في كازاخستان.

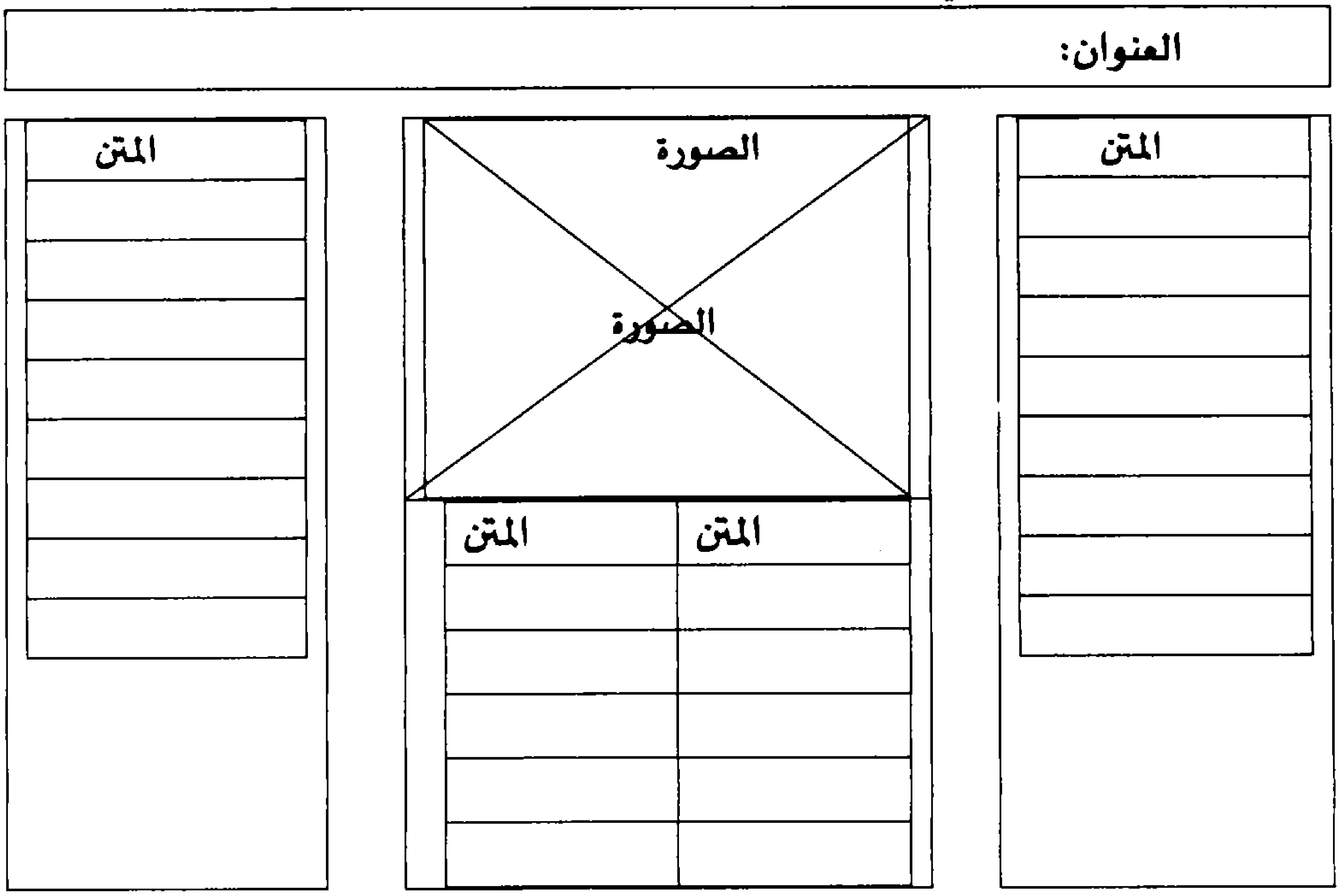
وأعلنت وكالة "روس كوسموس" للفضاء الروسية على موقعها على الإنترنت أن محركات الصاروخ توقفت عن العمل، ما أدى إلى سقوطه، ويجرى حاليا التحقيق فى أسباب الحادث.

وأضافت الوكالة الروسية أن انطلاق الصاروخ تم في الوقت المحدد له، لكن الاتصال به انقطع بعد مرور 540 ثانية، ومن ثم توقفت المحركات عن العمل، الأمر الذي منع انفصال رأس الصاروخ عن جسمه.

ويحمل الصاروخ بروتون قمر "اكسبريس- أ إم 4 إر" الذي يعد من أقوى الأقمار الروسية المزودة بتقنية عالية للاتصالات، وكان القمر نسخة ثانية لقمر أنتج فى وقت سابق، لكن حريقا اندلع فيه بعد إطلاقه فى أغسطس عام 2011، وأدى إلى سقوطه على الأرض.

وعمومًا يتحكم حجم الصورة باستمرار في موقعها بالنسبة للموضوع، فإذا كانت الصورة كبيرة الحجم فيفضل أن تكون فوق العنوان، الذي يعلو بدوره المتن.

أما إذا كانت الصورة صغيرة الحجم نسبيًا فتناسبها أفضل الأشكال السابقة عدا الشكل غير المستجيب، أو تأتي في قلب المتن مع مراعاة ألا تقطعه مثلما يبين الشكل الآتي:



[2]- [شرح الصورة]:

على الرغم من القول الشائع بأن الصورة تتحدث عن نفسها، فإن القارئ في أغلب الأحوال حين يطالع صورة صحفية إلى تعليق بسيط ييسر فهمها، والقراء جميعًا لا يمكن أن يتفقوا على تفسير موحد لما يدور في صورة معينة منشورة في صحيفة ما، ولهذا فإن هؤلاء يحتاجون إلى كلام الصورة ؛ ليتعرفوا على من فيها وعن أي شيء تدور.

فالكلمات تستطيع أن تنشر في صحيفة بدون صور، ولكن الصور لا تستطيع أن تبقى بدون كلمات تصاحبها، وما الصور إلا شكل من أشكال الاتصال، كما أن الكلمات هي هي شكل آخر أيضًا، فإذا كان على الصور أن تشارك في عملية الاتصال بدقة وفعالية فلا بد من ترجمتها إلى كلمات.

فبالنسبة لموضوع كلام الصورة فليس هناك موضع معين، فقد يوضع في أعلاها أو أسفلها، أو على أحد جانبيها، أو بفرع داخل الصورة.

ولكن في معظم الأحوال تتبع الصحف القاعدة التي تقول بأن تعليق الصورة يتم:

أولاً - بحيث يقع المتن في أسفلها؛ لأن ذلك يتماشى مع الحركة الطبيعية لعين القارئ من أعلى إلى أسفل، بحيث يرى الصورة أولاً، ثم يقرأ التعليق الذي تحتها.

ثانيًا- وعند وضع التعليق داخل الصورة عن طريق تفريغ جزء منها، أو في أحد أركانها، فإنه يجب مراعاة أن يكون هذا التفريغ في جزء لا يحتله أحد المكونات الرئيسية لها، ويكون في اتجاه الحركة داخل الصورة.

وفي بعض الأحيان يكون التعليق فوق الصورة وهو وضع غير مستحب، ذلك أن الصورة التي تجذب نظر القارئ أولاً تتحرك العين عبرها(أي الصورة) إلى أسفل حيث تجذبها صورة أخرى أو عنوان آخر، فلا يقرأ القارئ التعليق الموجود أعلى الصورة، أو قد يلاحظ وجود التعليق فيتجه ببصره إلى أعلى.

وفي بعض الأحيان يتم معالجة الصور الفوتوغرافية، ببعض التداخلات سواء من الرسامين في الصحيفة، أو بالاستعانة بالتكنولوجيا المتقدمة للكمبيوتر، وذلك ككل ومن ضمن هذه المعالجات أن يتم المزج بين الصورة والفن اليدوي، أو بين الصورة الخطية وإنتاج الشبكات الواسعة، كما يمكن أيضًا استخدام السلبية في إنتاج الصورة، والذي يسبغ على الصورة سمة الخوف أو الشبحية.

وعمومًا فإن للصورة الصحفية عناصر إبراز عملت الصحف العربية والعالمية على استخدامها على حد سواء في ظل التنافس فيما بينها للوصول إلى عقل القارئ، والمحافظة عليه، ولواقع تحت تأثير الكثير من وسائل الإعلام الأخرى.

ومن أجل ذلك عملت الصحافة على استخدام أساليب للإبراز والتوضيح على صفحاتها، ومن ضمن وسائل إبراز الصورة الصحفية وتوضيحها للقارئ، وهي:

الألوان:

وهي ذلك التأثير الفسيولوجي ؛ أي الخاص بوظائف أعضاء الجسم الناتج على شبكية العين سواء كان ناتجاً من المدة الملونة أو الضوء الملون.

فإدخال الألوان إلى الصورة الصحفية يضفي عليها المزيد من الواقعية، فإدخال اللون من الصورة يضفي عليها المزيد أيضًا من جذب بصر القارئ، بالإضافة إلى دعم موقف الصحيفة، والتنافس في مواجهة الصحف الأخرى من ناحية، ومواجهة وسائل الإعلام من ناحية أخرى، خاصة أننا في عصر سار فيه اللون أساس في السينما والتلفزيون، وسائر مناحي الحياة الأخرى.

وقد شهدت الصحافة اليوم زيادة كبيرة في استخدام الألوان في الصحف والمجلات، وأصبح الاستثناء صدورها غير ملونة، أو صور أبيض وأسود فقط، ويرجع زيادة استخدام في الصحف بشكل عام، والصور الملونة على وجه الخصوص إلى عوامل عديدة من أهمها:

[1]- الدور الرئيس الذي تلعبه الألوان في الحياة الإنسانية، وذلك أن كل ما يحيط بالإنسان في حياته اليومية، سواء طبيعية أو صناعية لها ألوانها الخاصة، وقد أصبح اللون جزءًا لا يتجزأ من الصورة.

[2]- التطورات التكنولوجية في وسائل الإعلام، وأجهزة فصل الألوان وأساليبها وتصحيحها وطباعتها، وأتاح هذا الحصول على تفاصيل دقيقة وجادة في الصورة.

[3]- زيادة استخدام الطباعة المستوية (الليثوغرافية) وتطوراتها المختلفة التي أتاحت ظهور اللون من الجرائد التي تطبع بها.

[4] – زيادة استعمال اللون في وسائل الإعلام المختلفة التي تعتمد على الصورة كالسينما والتلفزيون.

[5]- الوظائف المؤثرة التي يقوم فيها اللون في الطباعة، والتي تلعب دورًا مهمًا في نجاح استخدام الصورة كوسيلة اتصال بالجماهير.

وظائف اللون في الصورة الصحفية:

[1]- **اللون يجذب الانتباه:** وهي الوظيفة الأساسية للون، والتي تقوم على أساس التباين، فإضافة لون ناصع إلى صورة، أو لوحة مطبوعة باللون الأسود تزيد درجة الانتباه إليها.

[2]- **اللون يطور ارتباطات بأشياء معينة:** نتيجة للتأثير السيكولوجي للون يصبح من الطبيعي أن يربط بعض الناس ألوان معينة بمنتجات أو سلع، أو خدمات أو شخصيات أو علامات تجارية.

[3]- **اللون يخلق حالة من التذكر:** حيث يميل العديد من الناس في وصفهم لأشياء ما إلى الإشارة إلى اللون، وهذا بسبب أن للون قيمة تذكرية عالية، ولذلك ينبغي السيطرة على اللون واختياره مسبقًا لأنه يساعد القارئ على تذكر مشاهده.

[4]- **اللون يخلق جواً مواتيًا:** قد يقوم اللون بجذب الانتباه للمشاهد أو القارئ، ولكن ما لم يتم هذا الجذب ويتطور اهتمام القارئ فلن ينفق هذا اللون وقتًا في استيعاب الرسالة، فإساءة استعمال اللون أسوأ من وجهة نر القائم بالاتصال من عدم استعمال أي لون على الإطلاق. فالاختيار السيء، والاستعمال غير الجيد للون يمكن أن ينقلب على القارئ مباشرة بعد أن يستثار انتباهه.

لقد أصبحت الألوان من العناصر المهمة في جذب انتباه الجمهور، حيث يسعى المصور للقيام بهذا التأثير من خلال التأثير في سيكولوجية المتلقي، ولهذا فإن على المصور معرفة اللون ودراسته بكل ما يتعلق به، مثل (ماهية اللون وخصائصه، وتأثيراته)، وذلك في سبيل استغلاله من جانب القائمين على العملية الصحفية بالشكل الأمثل.

وكذا يتضح اختلاف تأثيرات اللون باختلاف خبرات الأفراد وتجاربهم وخصائصهم المختلفة، ومن هنا وجب مراعاة تلك الاختلافات بتحديد الجمهور المستهدف الموجه له الرسالة الإعلامية، فمن خلال اللون تتولد تأثيرات معينة في نفس المتلقي تشير إلى العديد من المعاني والأفكار المرتبطة بحياة الإنسان.

لذا لا بد أن تتناسب ألوان الصورة وعناصرها مع التأثير النفسي الذي يسعى المصور لإحداثه لدى المتلقي، فاللون الطاغي على الصورة يثير مشاعر مختلفة، فكل لون له دلالته الخاصة به، وتأثيراته التي ترتبط به أيضًا.

لذا على المصور الفوتوغرافي أن يكون على وعي بأهمية التصوير الملون، وأيًا كان نوع الصحيفة جريدة كانت أم مجلة، فإن استخدام الصور الملونة أو غير الملونة، يشتد تأثيرها ؛ لذا ينبغي التدقيق في عملية اختيار الصور الملونة، وكذا أسلوب توزيعها.

ولعل زيادة استخدام عنصر اللون في الصحف له ما يبرره، فاللون يساعد على دعم صورة الصحيفة الذهنية لدى القراء، حيث تبين أن القراء يتصفحون الصفحات التي تحتوي على صور فوتوغرافية ملونة عن الصفحات التي تحتوي على صور فوتوغرافية عادية؛ بل إن القراء يرون للصحف التي تستخدم ألوان على أنها متقدمة .

اهتم العديد من علماء النفس منذ وقت مبكر بموضوع الصور العقلية والتفكير بالصور، ومن هؤلاء العلماء تمثيلاً لا حصرًا (آلان بايفو) حيث قدم الصور العقلية واللغة من خلال (نظرية الترميز الثنائي لبايغو) المعلومات.

حيث قدم « آلان بافيو »، وهو عالم نفس من جامعة تورنتو بكندا ما سمي بنظرية الترميز الثنائي (أو المزدوج) Dual coding للمعلومات. وأشار من خلال هذه النظرية إلى أن المعلومات يجري تمثلها في الذاكرة من خلال نسقين أو نظامين منفصلين، لكنهما مترابطان تمامًا، هما نظام التفكير بالصور العقلية والنظام اللفظي، وتقول هذه النظرية كذلك أن نظام الصور يتعلق بالموضوعات والوقائع العيانية(المحسوسة الملموسة) المكانية أو المتصورة. أما النظام اللغوي فيتعلق بالتعامل مع الوحدات والبنى اللغوية المجردة، وعندما يزداد تمثل المعلومة المدخلة إلى الذاكرة لهذين النظامين (الخاص بالصور واللغوي) يزداد وجودها داخل العقل بطريقة مناسبة.

نظريات التفكير بالصورة :

ما الصورة العقلية ؟ هل هي صور أو لقطات داخلية للأشياء الموجودة في العالم الخارجي ؟ هل الصورة العقلية هي مجرد صور محاكية أو تمثيلات للأشياء التي نراها ونسمعها أو نعايشها ؟ هل الصورة العقلية ذات طبيعة مجردة عادة، أو ذات طبيعة عيانية مجسدة ؟ هذه وغيرها من الأسئلة التي حاول علماء النفس الإجابة عنها في العقدين الآخرين من القرن العشرين وما بعدهما، حين ظهر ما بدأ أنه ثورة في الدراسات النفسية للصور العقلية.

وهكذا بدأ بعض العلماء يطرحون أنظمة أو نماذج نظرية تقول إن الصورة هي نمط تصويري أو تمثيلي عقلي داخلي للمدركات الخارجية، وأحيانًا ما كان يشار إلى أن هذا النمط من خلال مصطلحات، مصل الصورة المناظرة « والعقلية » و « المكانية » وتسمى النظريات التي تندرج تحت هذا الاتجاه باسم نظريات الصورة الواقعية « Picture theories »، أما النظريات البديلة لنظرية الصورة فيمكن تصنيفها في مجموعتين: المجموعة الأولى منها تتعلق بذلك التوجه العام الذي يرى أن للصور العقلية حالات أكثر تجريدًا من الصور الواقعية، ويطلق أصحاب هذا الاتجاه مسميات مثل: النظريات الافتراضية propositional theories، والوصفية، والتجريدية، وأحيانًا النظريات المضادة للصورة العقلية Anti – Image، ويفضل بعض العلماء أمثال بيتر موريس P. Morris، وبيتر هامبسون 1983 أن يطلقوا على هذا الاتجاه اسم نظريات الوصف Description Theories من ناحية أخرى، فإن المجموعة الأخرى من النظريات البديلة تنظر إلى التفكير بالصورة على أنه شكل من أشكال التخيل والسلوك كما لو كان هناك شيء ما نراه، أو نتظاهر بأننا نراه. ويطلق على أصحاب هذا النوع الأخير من النظريات اسم نظريات لعب الدور Role – playing theories.

[أولاً]- [نظرية الصورة الواقعية] Picture Theory

يرجع تاريخ هذا النوع من النظريات إلى أفلاطون وأرسطو قديمًا، مثلما أنها لاقت قبولاً في الآونة الأخيرة، وتؤكد هذه النظرية أن التصور المرئي يتضمن وجود كيانات في العقل أو الرأس تشبه أو تقوم بعمل الصور العقلية. وتتكون هذه الصورة

من نسخ أو بقايا انطباعات حسية وأحاسيس مرئية، كذلك فيما مضى تشبه الصورة، ومن ثم فهي لا تتناسب إلا مع النسخ في حالة التصور البصري.

وقد قام كوسلين Kosslyn ومساعدوه بسلسلة من التجارب بهدف دراسة عمليات التفكير بالصورة من خلال خصائصها المكانية. وقد أوضحت تلك الدراسات أن الصور العقلية مشابهة لعملية الإدراك لشيء واقعي أو حقيقي. وقد اعتمدت معظم تجارب كوسلين على افتراض أن الصورة لها خواص مكانية يمكن فحصها، وأننا نحتاج إلى وقت أطول لفحص المسافات المكانية الأبعد مقارنة بالمسافات الأقرب.

ترى تلك النظريات أن الصور العقلية تشبه الصور الفوتوغرافية الموجودة في العقل، وأن معالجة الصور العقلية داخل المخ أمر وثيق الصلة بالمعالجة والرؤية والتدوير في الموضوع المتصور. ويرى بايفو أن الصورة العقلية هي تمثيلات Analogous Representations مستمدة أصلاً من الإدراك، ويعني هنا أن الصورة البصرية تتكون من معلومات خُزنت حول السطح والمظهر، والبنية الطبيعية للأحداث والموضوعات، وقد جرى تجميعها بواسطة الإدراك، ثم تنظيمها في صور تشبه الموضوعات والأحداث الأصلية. وتعد نظرية التمييز الثنائي لبايفيو، وهي إحدى النظريات التي تندرج ضمن إطار نظريات الصورة شبه الواقعية هذه.

فالناس في ضوء ما قاله ذلك الباحث يتذكرون ويتفكرون من خلال الكلمات والصور العقلية، وتعد الصورة العقلية أفضل من التذكر والتفكير، وهي تمثيل الطريقة التي تكون أو تبدأ عليها الأشياء، أو تظهر من الكلمات؛ وذلك لأن الصور العقلية تشبه بطريقة مباشرة الموضوعات أو الأحداث التي تقف هذه الصور كبدائل لها، وهكذا يقال إن الصور لها الخاصية المميزة المتعلقة بالعيانية Concreteness أو التجسيد الواقعي، وهي الخاصية التي لا توجد في حالة الكلمات. كذلك فإنه مثلما قد تعرض للصور الخاصة بالمناظر الطبيعية للأشجار والجبال والأنهار، وقطعان الماشية كلها معًا في لفظة واحدة، كذلك قد تخبرنا صورة عقلية بالكثير حول العلاقات بين موضوع وآخر، أو عن الكثير حول العلاقات بين جوان مختلفة لموضوع واحد، وذلك لأنها يمكنها أن تمثل المعلومات بطريقة مكانية موازية للموضوع الأصلي.

وبشكل عام تؤكد نظرية بايفيو أهمية التفاعل بين الصور والكلمات في تحقيق عمليات التذكر والتفكير المتسمة بالكفاءة، وقد انتقدت نظرية بايفيو هذه لأنها افترضت أن الصور والكلمات وحدها كافية كأسس للتذكير والتفكير والمعرفة، من دون افتراض لوجود عمليات إضافية تقوم بالوساطة والتحويل والتفكير في الأنشطة المتعلقة بها.

إن الكاميرا لا تحتوي على المعرفة لمجرد وجود فيلم بداخلها كما كان الفيلسوف فيتجنشتين يقول: فإعادة عرض أو نقل العالم داخل رؤوسنا لا يخبرنا في ذاته بشيء مهم حول هذا العالم، فالمهم هو التفكير في هذه الصور الخاصة بالعالم وتفسيرها في ضوء تصوراتنا وأفكارنا وميولنا وتفضيلاتنا وقيمنا، وغير ذلك من الأبعاد التفسيرية.

يرى كوسلين أن الصورة العقلية تشبه المدركات الحسية أكثر من تشابهها مع الصور الواقعية، والصور في رأيه أيضًا هي محصلة لعمليات خاصة بالتكوين أو الإنشاء العقلي، فالصور العقلية المدركة على نوع واع يجري تجميعها معًا في التمثيليات الأساسية المجردة الموجودة في الذاكرة الطويلة المدى، والتي بدورها (التمثيلات) أقرب إلى أن تكون توصيفات لمظاهر الأشياء، وليس مجرد تسجيلات لهذه المظاهر ذاتها. ثم إن هذه الصور الواعية، أو المتعلقة بالجانب الظاهري، أو الخارجي المتعلق تتحول فتصبح لها العلاقة نفسها مع القوام المجرد الأساسي لها، والأمر مشابه لما يقوم به أنبوب أشعة الكاثود بالنسبة إلى برامج الكمبيوتر التي قامت بتوليده أو إنشائه. إذ هنالك وحدة عقلية مماثلة لوحدة العرض البصري داخل الكمبيوتر Visual Display (VDU) unit تعمل على مساندة عملية تكوين الصور العقلية، ليس من خلال منع عرض الصور الواقعية، التي لم تحلل بشكل مناسب، ولكن من خلال الاحتفاظ بتمثيلات عقلية تشبه التمثيلات التي تحدث في حالة الإدراك.

وقد تحدث كوسلين عن الكثير من العمليات المرتبطة بالنشاط الخاص بالصور العقلية ومنها، تمثيلاً لا حصرًا، ما سماه الإحاطة بالصورة Scanning Image، أي تحويل

بـؤرة انتبـاه المـرء البـصرية عـبر موضـوعات واقعيـة خـلال فـترة زمنيـة محـددة، كـأن يكـون التحـول مـن موضـع معـين في لوحـة فنيـة إلى موضـع آخـر، أو يـتم التأمـل عـن طريق صورة فوتوغرافية جماعية لاكتشاف ما إذا كان هناك شخص أعرفه كأن يقف بين زملائه في المدرسة منذ عشرين عامًا.

لقـد افـترض كوسـلين أن الـتفكير بالـصورة يـرتبط بالوسـيط المكـاني البصري الذي يحتوي على الكثير من المعلومات الأساسية، التي تسهم في تكوين الصورة العقلية، وقد قام النموذج الذي قدمه وطوره على أسس من المشابهة بين عمل المخ البـشري وعمـل الكمبيـوتر، وقـال بوجـود مخـزنين دائمـين للمعلومـات في المخ يفيدان في تكوين الصورة هما: ملفات الصورة Image Files والملفات الافتراضية Prepositional، حيث تشتمل ملفات الصور على معلومات تتعلق بكيفية تكوين صورة كاملة، أو جزء منها في الوسط المكاني الحسي، أما الملفات الافتراضية فهي لا ترتبط بشكل حسي معين، بل تشتمل على معلومات خاصة بالمعنى فقط. وتعد مجموعة من الفروض التي تضع علاقات بالخصائص المختلفة المميزة لشيء ما، وهناك علاقات خاصة موجودة بين ملفات الصور، والملفات الافتراضية تحدث عنها كوسلين.

[ثانيًا]- [نظريات الوصف، النظريات الافتراضية]:

قال أصحاب هذه النظريات، ومنهم بيليشين Z. W. Pylyshyn إن أصحاب نظريات الصورة شبه الواقعية قد اعتمدوا في تصوراتهم نوعًا واحدًا من المعاني المرتبطة بكلمة " تمثيل " بينما يعرف قاموس أكسفورد، مثلا، كلمة " تمثيل " تعريفات عدة مثل: الاستدعاء من خلال الوصف، أو التصوير، أو الخيال، أو التشكيل، ووضع التشابه أمام العقل، أو الحواس، وهذا يتضمن أربعة معايير أو بدائل على الأقل هي:

1- إن التمثيل يساوي الوصف للطريقة التي يبدو عليها، أو يظهر بها شيء ما

2- إن التمثيل يشبه عملية رؤية الصورة.

3- إن التمثيل يشتمل على التخيل والتظاهر بالرؤية أو السلوك، كما لو كان المرء يرى.

4- إن التمثيل وثيق الصلة بصنع الأشياء وصياغتها ونحتها، أو صياغتها على نحو معين.

ويعتقد بيليشين أن نظريات الصور شبه الواقعية، أو شبه الإدراكية تقوم على أساس فكرة غير ملائمة حول التمثيل؛ وذلك لأنهم تبنوا وضعًا نظريًا يقول إن التمثيل يشبه عملية رؤية صورة واقعية، إن هذا القول يتم به دفع عملية الإدراك إلى أن تكون متعلقة بالرؤية لما يحدث داخل العقل وليس خارجه، حيث تحتاج الصور الواقعية المكتملة إلى وجود كائن صغير مكتمل النضج داخل الرأس كي يفسرها.

وقد اعتمد بيليشين على اكتشاف وبل و وايزل لعوامل التحليل الخاصة بالرؤيا البصرية، وكذلك على الدقة التي وصلت إليها عمليات المحاكاة من خلال الكمبيوتر لعملية الإبصار، فقال إن النظام الإدراكي يزودنا بتوصيفات أكثر مما يقدم لنا صورًا واقعية محددة حول العالم، وهكذا تكون المعلومات المستخدمة في التفكير بالصور.

إن الصورة هي مخرجات للنظام الإدراكي، أكثر من كونها مدخلات له، إن الصورة في رأي بيليشين هي ظواهر مصاحبة للإدراك، إنها أشبه بالعربة المعرفية أكثر من كونها تشبه الحصان.

إن المحصلة لكل العمليات الإدراكية، سواء كانت لفظية أو بصرية، هي في رأيه تمثيلات مجردة غير مكافئة تمثيلات تكون أشبه بالمعنى الأساسي الخاص بالمشهد أو الحدث، ومن الممكن أن يستخدم هذا الوصف، أو هنا التجريد، أو هذا المعنى بعد ذلك في توجيه التفكير وحل المشكلات، أو حتى في أحلام اليقظة العادية.

إن المهم لدى أصحاب هذه النظرية هو تلك الافتراضات والقواعد العقلية الأساسية التي تقوم على أساسها الصورة، والتي تخزن من خلالها، المهم هو الخصائص البارزة المجردة للأشياء، وقائمة الصفات، وشبكة العلاقات، والإجراءات، وليس الخصائص التفصيلية لها كما كان أصحاب نظرية الصورة شبه الواقعية يقولون.

[ثالثًا]- [نظريات لعب الدور أو التظاهر]:

في أواخر أربعينيات القرن العشرين تحدث رايل Ryle في كتابه (مفهوم العقل) The Concept of Mind عن الحقيقة المألوفة الخاصة بأن بعض الناس يذكرون أنهم يرون أشياء موجودة بعين عقولهم أو يسمعون أشياء في رؤوسهم حتى في ظل عدم وجود أشياء حقيقية ترى أو تسمع، ومثلما لا يكون القتلة على خشبة المسرح قتلة حقيقيين كما لا يوجد ضحايا حقيقيين بالنسبة إليهم، وأنهم يتظاهرون بأنهم قتلة مثلما يتظاهر الضحايا بأنهم ضحايا، فكذلك تكون عملية رؤية أشياء بـــ " عين العقل " غير متضمنة لأشياء ترى أو تسمع، ومع ذلك، فإن هذا لا يعني أنها غير موجودة، حتى بالنسبة إلى القائل بها على الأقل. إن الشخص الذي يتصور بعقله مدرسته الأولى قد يشبه بطريقة ما الشخص الذي يرى هذه المدرسة، لكن هذا التشابه لا يتسق مع تظاهره بأنه يرى هذه المدرسة فعلاً، في حين لا يكون رائيًا لها فعلاً.

إنه بهذا لا يرى صورة مشابهة للمدرسة، بل يتظاهر بأنه يقوم بدور المشاهد الفعلي للمدرسة، إننا نجد ظواهر مماثلة في لعب الأطفال وخاصة فيما يتعلق بالظاهرة المسماة بالرفيق الخيالي، حين يتخيل الطفل وجود صديق له من الأطفال أو الحيوانات أو الدمى، أو غير ذلك، ويحدثه ويتفاعل معه (كما لو كان موجودًا بالفعل.

ثقافة الصورة الرقمية :

في ظل ثورة المعلومات والقفزات التكنولوجية المتلاحقة، تغيرت المفردات الأساسية للعمل الإعلامي والصحفي، والذي يعتمد بشكل أساسي على الصورة كوسيلة توصيل وتواصل، حيث ضربت هذه الثورة بتقنياتها المتلاحقة، المفاهيم الأساسية المتعلقة بالصورة الإعلامية،وبوظيفتها، وبأسس استخدامها ومعالجاتها، وبكيفية إنتاجها، وأخلاقيات التعامل معها ونشرها.

كما أحدثت هذه الثورة تغيرات كثيرة في صناعة وثقافة الصورة الإعلامية، والتي شهدت الكثير من التطورات في مجال إنتاجها، والكثير من

الظواهر الجديدة، وخاصة فيما يعرف بالصورة الإعلامية الرقمية، والتي تطل على الساحة الإعلامية كمفهوم جديد، وكوسيلة اتصال جديدة، لها تقنياتها وظواهرها وأخلاقياتها الخاصة بها، والتي تستحق أن تفرد لها دراسة خاصة للكشف عن جوانبها وأبعادها المختلفة.

ويشيد الاستخدام الحديث للصورة في وسائل الإعلام عن تزايد حدة التخصص في التعامل مع الصورة الرقمية، وعن زيادة جودتها، وتسارع تنقلها من مكان لآخر، وقدرتها على التشكل بسهولة في بيئات ووسائط إعلامية متعددة، بفعل اعتمادها علي اللغة الرقمية. كما يكشف عن إثارة بعض الصور لردود فعل سياسية واجتماعية وثقافية بدرجة أكبر مما قد تحدثه الفنون الإعلامية الأخرى، وعن ظهور ممارسات غير أخلاقية في مجال استخدام الصور الرقمية إعلاميًا.

ففي ظل ثورة المعلومات، أصبحت الصور الرقمية تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام، حتى بدأ بعضهم يتساءل عن مدى تأثير هذا التشبع بالصور على فهم الأحداث، وعن التأثير بالناتج عن سرعة نشر وبث الصور على درجة استجابة الجمهور للأحداث، ومدى قدرة الصورة على إحداث ردود فعل قوية وسريعة ومباشرة، فضلاً عن تأثير التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور على الذاكرة الثقافية للمجتمعات. كما أحدثت المعالجة الرقمية للصور تأثيرات كبرى على طرق إنتاج وتحرير وإدارة وصناعة الصور في وسائل الإعلام، وأثارت تساؤلات عديدة عن الأبعاد الأخلاقية الجديدة للصور الإعلامية الرقمية، وعن تأثيراتها على العمل الإعلامي برمته، وعلى مصداقية وسائل الإعلام من جهة، وعلى الحقوق الاتصالية والإعلامية للجمهور من جهة أخرى.

وبالرغم من التطورات المتلاحقة في عالم صناعة الصورة الإعلامية، فإن معظم المؤسسات الإعلامية لم تسن لنفسها ضوابط عمل محددة، للتعامل مع هذه التطورات، حيث تعمل معظمها بدون موجهات وأدلة تساعد العاملين بها على تعظيم استفادتهم من هذه التقنية الجديدة، ودون أن تأتي على حساب القيم والأخلاقيات والممارسات الإعلامية الواجب الالتزام بها.

تعريف الصورة وأنواعها:

تعطي بعض القواميس نحو عشرة تعريفات لكلمة صورة، بدءًا من الإشارة إلى عملية إعادة الإنتاج (أو النسخ) للشكل الخاص بإنسان أو بموضوع معين، إلى الإشارة إلى كل ما يظهر على نحو خفي، وفيما بين هذين المعنيين تشتمل التعريفات على استخدامات خاصة للمصطلح في الفيزياء والرياضيات وعلوم الكمبيوتر وغيرها. وكذلك هناك معاني عامة أخرى للمصطلح تجسد الخصائص المرتبطة بالصور المرئية، وكذلك الجوانب العقلية، والتي تشتمل على الوصف الحي، والاستعارة الأدبية والرمز الأدبي، والرأي أو التصور، والطابع الذي يتركه شخص أو مؤسسة، كما تفسرها أو تقدمها وسائل الإعلام الجماهيرية. وتمتد كلمة صورة image بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة Icon، والتي تشير إلى التشابه والمحاكاة.

وعند البحث عن مفهوم الصورة نجد أنفسنا أمام جملة من المفردات منها: الصورة الثابتة (الفوتوغرافية)، اللوحة الزيتية، الصورة المتحركة (التليفزيون، والسينما) والصورة الشعرية، والصورة الرقمية، والصورة الذهنية، والصورة الخطية، بالإضافة إلى صور الواقع الافتراضي، والصور التشكيلية وغيرها. وتتواجد كل هذه الصور بمعانيها المختلفة معًا في مجتمعاتنا اليوم، ولذلك فإن هذا العصر جدير بأن يسمى عصر الصورة فعلاً.

وتزاحم هذه الأنواع لا يدل على تعدد أشكال نقل الصورة بقدر ما يؤكد شيئًا أساسيًا، وهو أننا لا يمكن أن نستغني عن الصور، فعندما نفكر فنحن نستعمل صورًا ذهنية، ولا يمكن القيام بعملية التفكير بدون هذه الصور، لأنها هي التي تدفعنا للتعبير عما هو غير موجود بشكل عيني، فالصورة هي العالم المتوسط بين الواقع والفكر، بين الحس والعقل.

تعريف ثقافة الصورة Image Culture:

يعنى مصطلح ثقافة الصورة برصد الرؤى المختلفة المحيطة بالصور ودلالاتها ومعانيها وتأثيراتها، وكيفية النظر إليها كرمز، وكوسيلة تواصل وكناقل

للمعرفة. وفي عصر الصورة، حدثت تغيرات جوهرية في ثقافة الصورة والتعامل معها، وكذا في النظر إليها، وقد جاءت هذه التغيرات كمحصلة للثورة التكنولوجية، ففي كل حقبة زمنية تتواجد تكنولوجيا خاصة بالصور، تفرز مجموعة مختلفة من المحاكيات التي يجري من خلالها تقييم الصور وإدراكها. وفي هذا العصر المعلوماتي، بدأت ثقافة الصورة تتشكل بطبيعة الفترة الزمنية، وأصبحت تتضمن مجموعة محددة من الموضوعات والأنشطة وبني الاستهلاك والإنتاج للتمثيلات المعرفية (الرمزية) التي تدور حولها، حتى أن بعضهم يقارن ما يحدث من تحولات جذرية في ثقافة الصورة الآن وخاصة الصور الرقمية، باكتشاف الكتابة، وميلاد فن التصوير الزيتي، واختراع التصوير الفوتوغرافي، فالصورة الرقمية تعد بمثابة ميلاد لأداة جديدة في المعرفة .

ومن بين التحولات في النظر للصورة من منظور ثقافي، أن التطورات المتسارعة في مجال المعالجة الرقمية للصور، وظهور بعض الاستخدامات السلبية لها، ووقوع بعض المؤسسات الإعلامية العريقة ضحية لبعض هذه المعالجات، أثر في إعادة النظر في مصداقية الصورة المرئية، وفي قدرتها على نقل الواقع كما ينبغي، وهو ما أدى بالتالي لتراجع النظر للصورة كمعادل للحقيقة، ، وكناقل للأحداث، مما يجعل المرء يفكر مرتين قبل أن يتخذ قرارًا بناء على صورة يراها. ومن التحولات أيضًا، أن النقاش حول علاقة الصورة بالأصل، لم يتجدد، حيث لم يعد هذا الأمر يمثل هاجسًا مثلما كان عليه الحال في السابق، فهناك شبه إجماع على أن الصورة الرقمية استطاعت أن تستغني عن المرجع أو الأصل، وتستقل بذاتها وتؤسس معني بعيدًا عنه، كما أن المعني الذي نملكه عن أصل الصورة أو نسختها قد تغير في العالم الرقمي لأنهما أصبحا شيئًا واحدًا وإن كان هذا لا يعني أن التكنولوجيا الحديثة وسياقات استخدام الصورة قد ألغت كل النقاشات حول الصور، بل أعادت صياغتها على أسس فلسفية ومهنية جديدة.

ولكن من ناحية أخرى، أصبحت الصور والأشكال المصورة للأخبار والبيانات والمعلومات تمثل جانبًا مهمًا تقوم من خلاله مجالات عديدة بالتجارب ووصف المعلومات وتوصيل الأفكار، كما أصبحت الصورة في منزلة صناعة الحدث نفسه، وباتت تتطلب معرفة عميقة ومتخصصة في التعامل معها، فضلاً عن حدوث

تحول عالمي في كيفية التعاطي مع الوسائل البصرية كأدوات لتمثيل المعرفة، وهو تحول يتزايد تصاعديًا مع تزايد أهمية وسائل الإعلام الرقمية كشكل من أشكال تقديم المعلومات.

تعريف الصورة الرقمية: Digital Images والمعالجة الرقمية Digital Imaging:

تختلف الصور الرقمية عن الصور الفوتوغرافية في أنها صور مولدة من خلال الكمبيوتر والكاميرا الرقمية أو على الأقل معززة بهما. وتستمد قيمتها الخاصة من دورها كمعلومة، وكذلك من تميزها بوصفها صور يسهل الوصول إليها، والتعامل معها ومعالجتها وتخزينها وتحميلها أو تنزيلها في الكمبيوتر أو على الإنترنت.. الخ. وبينما كان المصطلح يشير إلي معالجة الصورة عن طريق الماسح الضوئي وبرنامج الفوتوشوب، فقد تم التوسع في استخدامه ليشير أيضًا إلي التقاط الصورة باستخدام الكاميرات الرقمية، فضلاً عن معالجاتها ببرامج معالجة الصورة، مرورًا باستخدام التقنيات الحديثة في حفظ وتنظيم الصور وأرشفتها واسترجاعها. وتتخذ الصور الرقمية عدة أشكال من بينها الصور الإعلامية، وصور الواقع الافتراضي، وصور المحاكاة، وتكنولوجيا الأقراص الممغنطة، وصور مواقع الأفلام على الإنترنت وغيرها. وقد أصبحت هذه الصورة تتشكل بألبسة مختلفة ومتنوعة ومتكاملة في ذات الوقت.

وفي عالم الصور الرقمية لا توجد صور فريدة من نوعها، حيث لم يعد ينظر للصورة باعتبارها مجرد إعادة إنتاج لواقعة أو حادثة، بل على أنها نسخة مكررة، فالصور في الفترة السابقة على النسخ الآلي للصور، كما هي الحال في فن التصوير الزيتي مثلا، كانت توضع في مكان خاص، وتحصل على قيمتها الثقافية من كونها صورة أصلية أو فريدة. أما الصور المنسوخة آليا فقد حصلت على قيمتها من خلال قابليتها لإعادة الإنتاج المكثف، وإمكان توزيعها بدرجة كبيرة، وكذلك دورها في وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث يمكنها تدوير ونشر وإذاعة الأفكار، وإقناع المشاهدين. أما الصور الرقمية والافتراضية فقد حصلت على قيمتها من خلال خصائص أخرى مثل سهولة الوصول إليها، والحصول عليها، ومطاوعتها، وقيمتها المعلوماتية المضافة. كما بدأت قيمتها تتأتى ليس من تفردها أو فراداتها، ولكن من قيمتها الثقافية والإعلامية والاجتماعية والجمالية أيضا، ومن إمكانية رؤيتها

على شاشات عديدة في الوقت نفسه. وقد ساعدت اللغة الرقمية على زيادة فاعلية الصورة وظهورها كلغة جديدة ،كسرت حدة الخوف وجفاف المادة المكتوبة، بل وأصبحت تقدم شهادة إثبات على صدق ما تقوله الكلمة المكتوبة، ولا غرو في ذلك، بعد أن أصبحت مكونًا أساسيًا للمعرفة وتقديم المعلومات في هذا العصر.

أهمية الصورة:

الصورة سلاح، الصورة أقوى من ألف كلمة، الصورة سلطة، عصر الصورة، حضارة الصورة، الصورة ليست فقط بألف كلمة، بل بمليون كلمة: عبارات متداولة يستدل منها على أهمية الصورة عند معظم الناس على اختلاف فئاتهم وبيئاتهم واهتماماتهم، وخاصة بعد التطور التكنولوجي الذي شهده عالم إنتاج الصورة وتوزيعها وتوظيفها، حيث أقام الإنسان عن طريقها علاقة جديدة مع الزمان والمكان، وصار يشاهد الأحداث لحظة وقوعها، وبشكل مرئي ومحسوس في نفس الوقت. ولقد لعبت وسائل الإعلام دورًا أساسيًا في زيادة هذه الأهمية للصورة، وفي زيادة وعي الإنسان المعاصر بأشكال الصورة المختلفة وجوانبها الإيجابية والسلبية معًا. كما ساهمت علوم الصورة وتقنياتها وتجلياتها في عمليات التربية والتعليم، وفي عمليات التسويق، وفي الحوار بين الجماعات والشعوب، وفي الاستمتاع وقضاء وقت الفراغ.. الخ.

وتقوم الصورة بعدة وظائف من بينها توثيق ورصد الأحداث، وتوقيف وتثبيت الزمن للحظات، وإثارة الكثير من الأحاسيس، والخيالات، ومساعدة المرء في استدعاء الماضي ومعايشته، كما تمكنه من التفكير في مستقبله وتنشيط خياله، ومساعدته على التحرك عبر إطار زمني ممتد ومنفتح ومن التفاعل مع أشخاص يوجدون في أماكن بعيدة.

ويتأتي التأثير القوي للصورة من اعتبار الرؤية أقوى الحواس البشرية التي يتمتع بها البشر، إذ تزود الفرد بما يصل إلى 80٪ من المعارف التي يتحصل بها، بينما تتشارك الحواس الأخرى في النسبة المتبقية، فضلاً عن كون الصورة أكثر قدرة على ترجمة المشاعر والأحاسيس، وملامسة العواطف والمشاعر

والأفكار، والاستحواذ على الانتباه. كما تتفرد بمزايا عديدة في الإقناع، والاستثارة، والاندهاش، وسهولة الاستيعاب بشكل فوري وسريع من قبل أي فرد.

سلبيات وايجابيات عصر الصورة:

من بين السلبيات التي صاحبت الاعتماد المتزايد على الصورة في العصر الراهن: أن النقل المباشر للأحداث واللهث وراء الآنية، وهيمنة الصورة وتدفقها وتسارعها قد حولا الهدف من استخدامها، من مساعدة الجمهور على فهم ما جري، إلى الاقتصار على نقل ما جري، ومن ثم أصبحت الصورة هي الحدث ذاته وليس وسيلة لنقل الحدث. وكذلك أثر هذا التسارع في النقل على القيم والأخلاق، وعلى تراجع مستوي الجودة والحرفية والدقة، وعلى قدرة وسائل الإعلام على عكس الواقع وإثراء الحوار الديمقراطي، فوسائل الإعلام تتعامل مع الصورة كسلعة، متجاهلة القيمة الإضافية التي تقدمها للصعيد الإعلامي.

ومن ناحية أخرى، لم يؤد كثرة الصورة وتراكمها إلى فهم كل ما جري، وكيف تم؟ ولماذا تم؟، فضلاً عن أن اللهاث وراء الصورة أدى لزيادة هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار على حساب ثقافة الجوهر والقيمة والعمق، وخلق ما يعرف بثقافة التكرار، والتركيز على الترفيه، وتفضيل الفردي والعولمي، وتعميق الصور النمطية، حتى أن البعض يخشى من أن يؤدى طغيان الصور إلي أن تحل محل الكلمات، وإلى تراجع القراءة لمصلحة المشاهدة.

ومن الجوانب السلبية للصور أيضًا زيادة إمكانية استخدام الصور لتزييف الوعي وإخفاء الحقيقة، والإعلاء من قيمة السطحي والمؤقت والعابر من الأمور على حساب الحقيقي والجوهري والثابت، وزيادة إمكانية تحويلها الإنسان إلى كائن سلبي مستقبل ومستهلك للصور. ومما يساعد على ذلك قيام بعض المؤسسات التي تقف وراء صناعة الصورة بتقديم صور زائفة للواقع، وخلق حالة من الهروب من المعرفة، وزرع حالة من الإدمان على تلقي المعرفة عبر الصور. وقد تزايدت هذه المظاهر السلبية للصور، مع ظهور ما يعرف بجرائم الصور، كالسرقة والتزوير والقتل والصور الزائفة واستدراج الضحايا عبر الصور.

ولكن من ناحية أخري يمكن رصد عدة إيجابيات للصورة بصفة عامة، من بينها مكانتها في تسجيل الأحداث والوقائع، وحفظ التاريخ وأرشفته بشكل مرئي، وتذكيرها بالماضي، ورصدها للحاضر وتتبع مساراته، وقدرتها على خدمة مجالات كثيرة ومخاطبتها لكل والمستويات الثقافية وذوي الاحتياجات الخاصة، وتنشيطها لعمليات الانتباه الأعمار والإدراك والتذكر والتصور والتخيل، وتدميرها للمسافات،ومساعدتها للمتعاملين معها للتحول من المشاهدة السلبية للأداء الإيجابي.

المداخل النظرية المستخدمة في تحليل الصور:

قبل البدء في طرح المداخل المختلفة المتعلقة بتحليل الصورة، فإنه يجب التأكيد على أن الموقف النظري من الصورة الإعلامية يتباين وفق عدة رؤى فلسفية ونظرية، فالصورة مكون أساسي في ثقافة أي مجتمع، والرؤية النظرية لها تتباين بمكانة الصورة في المجتمع، وبطبيعة النظرة الثقافية لها. كما أن النظام الإعلامي لكل مجتمع يحدد طبيعة الدور المتوقع من الصورة، كما يحدد أخلاقياتها ومعايير نشرها. وفي ظل ثقافة العولمة التي تجتاح العالم الآن، ثمة مدخلين أساسين في النظر للصورة وتحليلها: الأول يؤمن بأننا نعيش في عصر الصورة الإعلامية، وأنها تهيمن على كل مجالات الحياة، خاصة في ميادين المعارك أو الكوارث الطبيعية أو الأزمات وتلعب دورا أهم من الكلمة.

والمدخل الثاني يقوم على تصور أننا لا نعيش في عصر الصورة بل في عصر الفكرة، وتقوم حججه على أن مفهوم عصر الصورة ما هو إلا شعار غربي، يلبي حاجات اجتماعية- اقتصادية وسياسية معينة، وأنه ربما ينطبق على مجتمعات معينة دون سواها. ويرى هذا التصور أن مقولة الصورة لا تكذب قد سقطت، وأن الصورة لا تقدم الواقع الواقعي، بل هي معنية أساسًا بصنع وتقديم واقع مشروط باعتبارات أيديولوجية وسياسية واقتصادية معينة، وقد تمت عملية انتقاء واختيار مكونات هذا الواقع من منظور معين، ولخدمة مصالح معينة، وبقدر كبير من الدقة والمهارة. ومما سبق يستنتجون أن الصورة المعاصرة منهمكة في خدمة مشروعها، وفي

استخدام الإعلام ونظرياته لدفع المتلقي عبر التدفق البصري الغزير والمتنوع والجذاب للاستغراق في هذا الواقع والتماهي مع قيمه، وقد تم ذلك عبر عملية معقدة وواعية ومتعمدة .

وفيما يتعلق بطرق تحليل الصورة، يعرض ليستر Lester لعدة مناظير لتحليل الصورة الإعلامية منها: المنظور الشخصي والذي يعكس التقييم الفردي للصورة والانطباعات القائمة على الخلفية التعليمية والإعلامية للفرد، والمنظور التاريخي، والذي يحلل الصورة في إطار سياقها التاريخي، والمنظور التقني والذي يحلل الصورة من جوانبها الفنية، والمنظور الأخلاقي والذي يقيم الاستخدام والتأثيرات الأخلاقية للصورة، والمنظور الثقافي،والذي يعنى بتحري الرموز والأبعاد الدلالية داخل الصورة، وأخيرًا المنظور النقدي، والذي يعني بتقييم الاستخدام الإعلامي من قبل وسيلة ما والعاملين بها للصورة وطرق التعامل معها.

وقد طرح كيونن Quinn، تصور أخلاقي لتقييم المعالجة الرقمية للصورة، من خلال دراسة مدي افتقاد الصورة للنزاهة، والاتساق؟ ومدى قيامها بواجب الصحافة المصورة في الإخبار بالحقيقة. كما حدد ثلاثة مبادئ أخلاقية يمكن أن تساعد الصحفيين والجمهور في اتخاذ قرارات فيما يتعلق بالصور وهي العواقب consequentially ونظرية الفضيلة virtue والواجبات الأخلاقية deontology .

ما هي الصورة الرقمية ؟

قبل الدخول بالتصوير الرقمي من المفيد أن نعرف ما هي الصورة الرقمية. الصورة الرقمية مكونة من مئات الآلاف أو ملايين المربعات الصغيرة وتدعى عناصر الصورة أو بيكسلات. عندما يبدأ الحاسب برسم الصورة فإنه يقوم بتقسيم الشاشة أو الصفحة المطبوعة إلى شبكة من البيكسلات ثم يقوم باستخدام القيم المخزنة للصورة الرقمية ليعطي لكل بيكسل لونه وسطوعه . وتدعى هذه الطريقة توضيع الخانات bit mapping وتدعى الصور bit-maps.

وتعتمد جودة الصورة الرقمية على عدد البيكسلات المكونة لها فكلما ازدادت عدد البيكسلات كلما حصلنا على نوعية أفضل. إذا ما تم تكبير الصورة

الرقمية إلى حد معين (يختلف من صورة لأخرى) وقد نلاحظ ظهور تشوه معين ناتج عن كون الصورة مركبة من بيكسلات . ويدعى هذا التشوه Pixelization وكلما كان عدد البيكسلات كبيراً كلما تأخر ظهور هذا التشوه عند التكبير أي كلما استطعنا تكبير الصورة أكثر.

ويحدد حجم الصورة بطريقتين إما بأبعادها بالبيكسلات أو بعدد البيكسلات المكونة لها. مثلاً الصورة نفسها يمكن أن يقال أن حجمها 1600 × 1800 بيكسل أو أن حجمها 88 ،2 مليون بيكسل × 1800(1600).

لماذا الانتقال الى التصوير الرقمي ؟

تحتاج الصورة التقليدية الى الكثير من العمل لتحويلها الى تنسيق رقمي . ولكن باستخدام الكاميرا الرقمية فإن الصورة وفور التقاطها تكون بتنسيق رقمي مما يجعلها غاية في سهولة الاستخدام والتوزيع. فمثلاً يمكن إدراجها ضمن وثائق معالج نصوص . وكذلك إرسالها عبر البريد الالكتروني أو نشرها عبر الانترنت حيث يستطيع أي شخص في العالم مشاهدتها. وفي كثير من الكاميرات يمكنك مشاهدة الصور فوراً من خلال شاشة صغيرة ملحقة مع الكاميرا أو وصل الكاميرا الى التلفاز ومشاهدة الصور الملتقطة . حتى أن بعض الكاميرات مزودة بـ (مايكرو سكوب) يمكنك من مشاهدة صور كبيرة الحجم جداً على شاشة تلفزيون كبيرة. فالتصوير الرقمي هو تصوير آني دون تكلفة الفيلم.

إذا كنت مقتنعاً بالتحويل إلى رقمي . فإليك مزيداً من الأسباب التي تجعلك جدياً أكثر:

1 = التحويل الى رقمي يوفر عليك ثمن أفلام وتكاليف إظهارها.

2 - توفير الوقت، فلست بحاجة الآن للذهاب لوضع أفلام في المختبر ثم الذهاب لإحضار الصور.

3 - الكاميرات الرقمية تظهر لك الصور مباشرة: بذلك تتخلص من خيبات الأمل التي قد تصادفك بعد يوم أو يومين عندما تنتهي من تظهير الفيلم.

4- تستطيع رؤية الصور قبل طباعتها . إذا لم يعجبك ما ترى تستطيع التعديل أو المحي.

5- التصوير الرقمي لا يستخدم مواد كيميائية التي غالباً ما تنتهي في جداول مياهنا , أنهارنا وبحيراتنا.

6- لا انتظار بعد اليوم لتهي الفيلم لتظهيره أو إتلاف أجزاء الفيلم غير المستخدمة عندما لا تستطيع الانتظار.

وعليه فقد أصبحت الكاميرات الرقمية اليوم أكثر من كاميرات , فبعضها قادر على تسجيل الصوت وحتى الفيديو , لقد أصبحت مسجلات متعددة الوسائط أكثر من كاميرات. بالإضافة إلى إظهار وتوزيع الصور , يمكنك بواسطة برنامج تحرير مناسب أن تحسن من هذه الصور , فيمكنك مثلاً أن تزيل العين الحمراء , تقطع جزء ما أو تغير الألوان وما إلى هنالك , كل ذلك دون استخدام مواد كيميائية.

كذلك هناك أيضاً عامل مهم نادراً ما يشار اليه وهو التكلفة المنخفضة للتصوير وهذا ما يعطيك حرية جديدة ولا داعي بعد الآن للتردد قبل التقاط صورة ما.

الخطوات الثلاث للتصوير الرقمي: www. tartoos. com

الكاميرات الرقمية هي حلقة في سلسلة طويلة تقودنا من المنظر الأصلي إلى الصورة النهائية. وفي الحقيقية الكاميرا الرقمية ليست ضرورية بشكل مطلق. إن العنصر الأهم ومفتاح التصوير الرقمي هو صورة بتنسيق رقمي مكونة من البيكسلات. والكاميرات الرقمية تلتقط الصور بتنسيق رقمي ولكن يمكن الحصول على الصور الرقمية بواسطة المسح الضوئي للصور التقليدية. ولفهم عمل الكاميرا ضمن سلسلة التصوير الرقمي بشكل دقيق يجب أن نفهم الخطوات الأساسية في التصوير الرقمي وهي: الدخل، المعالجة والإخراج.

1- إدخال الصور:

بالإضافة الى أدوات الإدخال الى الحاسب التي اعتدنا عليها مثل لوحة المفاتيح والفأرة , هناك الكثير من أدوات الإدخال . سوف نذكر بعضها مما يستخدم لإنشاء الصور الرقمية:

- الكاميرات الرقمية التي تلتقط الصور بتنسيق رقمي.

- الماسحات الضوئية التي تستخدم لمسح الصور التقليدية.
- كاميرات الفيديو التي تلتقط الصور بتنسيق فيديو وبعد معالجتها نستطيع الحصول على الصور الرقمية.
- كاميرات الفيديو الرقمية.

2- معالجة الصور:

حالما تصبح الصور بتنسيق رقمي عندئذ نستطيع تخزينها ومعالجتها ببرنامج معالجة صور مثل برنامج الـ Photoshop , حيث يمكن معالجة الصور الرقمية بطرائق كثيرة تكاد تكون لا منتهية , فيمكن مثلاً تغيير الألوان , أو جعل الصور أصغر , وكذلك قطع بعض الأجزاء أو حتى تغيير مكان التقاطها عن طريق تغيير الخلفية , ويمكن مثلاً:

- قطع أجزاء من الصور لإظهار الجزء الهام منها.
- تقليل عدد البيكسلات لجعل الصورة أصغر مما يسهل إرسالها عبر الـ E-mail أو الشبكة العالمية.
- استخدام المرشحات لتجميل الصورة أو جعلها تبدو كأنها مرسومة بالألوان المائية أو الزيتية.
- ضم أكثر من إطار لإنشاء بانوراما.
- ضم صورتين لإعطاء مظهر ثلاثي الأبعاد.
- تغيير شدة السطوع والدقة لتحسين الصورة.
- قطع ولصق أجزاء من صورة الى أخرى.
- تغيير تنسيق الصورة

3- إخراج الصور:

حالما تحصل على الصورة بالشكل المطلوب , عليك إخراجها لتشاركها مع الآخرين. وهنالك الكثير من الطرائق لإظهار وتوزيع الصور الرقمية وسنستعرض أكثرها شيوعاً:

- طباعة الصور على طابعة ملونة.

- إدراج الصور ضمن مستند باستخدام برنامج معالجة نصوص.
- نشر الصورة على الشبكة العالمية
- إرسال الصورة بواسطة الـ E-mail.
- إرسال الصورة عبر الشبكة العالمية لمقدم خدمات الطباعة على القمصان ، الإعلانات ، حمالات المفاتيح أو حتى قوالب الحلوى.
- تخزين الصورة لاستخدامها لاحقاً.
- استعمال مسجل فيلمي لتحويل الصورة الى الشكل الذي يمكن عرضه بواسطة الإسقاط الضوئي.

أنواع الكاميرات الرقمية: www. tartoos. com

حتى الآن لا يعرف أحد كيف سيكون الشكل النهائي للكاميرات الرقمية لذلك ستجد الأنواع الغريبة. الكاميرات التقليدية أو ما ندعوه الكاميرات 35 مم أخذت أشكالاً متشابهة لأنها تحتاج الى مكان للفيلم ، ممر للضوء وما الى هنالك . أما الكاميرات الرقمية فقد تحررت من الكثير من هذه المحددات لذلك يمكن أن تأخذ شكلاً جديداً ، فبعض المصنعين يميلون الى الحفاظ على الأشكال التقليدية وآخرين أخذوا اتجاهات جديدة.

وبغض النظر عن شكل الكاميرات الرقمية ، فإن السوق مقسم الى أربعة أقسام رئيسية تعتمد بشكل أساسي على الدقة ، المواصفات وطبعاً السعر.

في الجزء السفلي من التقسيم تأتي الكاميرات الآلية بصورة كاملة يسمى سدد والتقط . بدقة أقل من 1 مليون بيكسل وسعر اقل من 5000 ليرو سورية طبعاً حسب النوعية.

في الجزء الثاني تأتي كاميرات الميغا بيكسل ، ذات الدقة أعلى من 1 مليون بيكسل ، الكلفة أقل من عشرة آلاف ليرة سورية ، والتي تعطيك بعض التحكمات الخلاقة.

وأقرب الى القمة تأتي كاميرات الميغا بيكسل ذات التكلفة بين أكثر من عشرة آلاف ليرة سورية ، مناسبة للهواة والمحترفين ، بالإضافة لتقديمها دقة أعلى ، هذه الكاميرات لها ميزات أكثر.

في القمة تأتي الكاميرات الرقمية غالية الثمن والمخصصة للمحترفين مبنية على أساس كاميرات 35mm and APS SLR. هذه الكاميرات لها أعلى دقة متوفرة , الميزات الأكثر والسرعة الأعلى.

❖- كاميرات سدد والتقط:

هذه الكاميرات آلية بشكل كامل , سهلة الاستخدام وكثيرة الشيوع لأنها الأقل تكلفة , وبسبب دقتها المنخفضة فإن الصور المطبوعة محددة بقياس حوالي 4 × 6 إنشات. هذه الصور تكون مثالية من أجل البريد الالكتروني والانترنت.

❖- الكاميرا المتعددة الميغا بيكسل:

تقع فوق الكاميرات السابقة مباشرة ودقتها فوق المليون بيكسل وتمتلك تحكمات خلاقة , وهذه الفئة من الكاميرا تنمو بسرعة كبيرة لأنها مطلوبة بكثرة من المصورين الجادين الذين يطبعون صوراً بقياس 10× 8 إنش.

❖- الكاميرا الاحترافية:

إذا كان لديك المال الكافي فيمكنك التركيز على الكاميرات 35mm أو APS SLR الاحترافية للتصوير الرقمي بكلفة تبدا من 50000 ليرة سورية , وهذه الكاميرات تستخدم ثلاث حساسات للصورة , واحد لكل لون لذلك تستطيع التقاط ألوان ودقة رائعة , وتمتلك دقة 2 مليون بيكسل على الأقل وعادة أكثر. وهذه الكاميرات لها تحكمات كثيرة وملحقات (إكسسوارات) عديد.

❖- كاميرات الفيديو الرقمية:

عندما نلتقط صورة واحدة أو عدة مئات من الصور بكاميرا رقمية ذات نمط فيديوي , على كل حال يمكننا اختيار إطارات (صور) محددة من شريط الفيديو. الكاميرا الفيديوية تلتقط 1800 صورة بالدقيقة لذلك هناك إمكانات كبيرة للاختيار ولكن يجب ملاحظة أن دقة هذه الصور أقل من الصور الثابتة.

وخط الفصل بين كاميرات الصور الثابتة وكاميرات الفيديو الرقمية غير واضح المعالم تماماً لأن بعض كاميرات الصور الثابتة تستطيع التقاط أفلام فيديو قصيرة وبعض كاميرات الفيديو تلتقط صوراً ثابتة.

❖الكاميرات الخاصة: ٢

الكاميرات الرقمية مفيدة جداً ولقد تم إدخالها الى الكثير من الأجهزة بدءاً من الحاسب المحمول حتى الـ PDA.

❖- الكاميرات البدعة (الصرعة):

كنتيجة لهبوط أسعار وحجم حساسات الصور أصبح بالإمكان دمج الكاميرات الرقمية في أشياء كثيرة كالألعاب والساعات اليدوية.

الصورة الإعلامية الرقمية وظواهرها:

هي تلك الصورة الإعلامية التي يتم التعامل معها رقميًا في أي مرحلة من مراحل إنتاجها، سواء أثناء التقاطها أو معالجتها وتحريرها، أو تخزينها أو أرشفتها، وهي تستمد مقوماتها من الأدوار الأساسية التي تلعبها الصورة في العمل الإعلامي، ومن المقومات التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال الرقمية.

فمن ناحية، فإن الصورة الإعلامية ليست مجرد عنصر لإضفاء الجاذبية على الصفحات، وإنما تساعد القراء على فهم الموضوعات المصاحبة لها،وهي أفضل وسيلة لجذب انتباه القراء. ومن ناحية أخرى، ساعدت تكنولوجيا الاتصال الرقمي، في توفير إمكانات مؤثرة للتصوير الإعلامي مثل تغيير الإضاءة وتعديل الألوان، وتخزين الصورة لحفظها بشكل أفضل، بل وتغيير محتواها، وهو ما قد يؤثر على مستقبل مصداقية الصور الإعلامية، والتي كانت تعد ميزة أساسية تمتعت بها الصورة طوال عقودها الإعلامية.

وقد شهدت الفترة الأخيرة العديد من التطورات في مجال صناعة الصورة الإعلامية من بينها: أن الصورة أصبحت فنًا قائمًا بذاته، ولا تخلو منها وسيلة إعلامية، وخاصة الصور التي تنقل الأحداث الحية والفورية والمباشرة، كما زاد عدد الصور وحجمها وصفحاتها، واتسع أفقها، وظهرت تيارات صحفية جديدة منها ما يعرف الصحافة المصورة photo Journalism أو الصحافة الفوتوغرافية Photographic Journalism، والصحافة الرقمية Digital Journalism

وكذلك ظهرت مجالات وتخصصات جديدة في مجال الإعلام المرئي تعتمد بصفة أساسية على الدمج بين التكنولوجيا والصورة الإعلامية، وتقوم بإنتاج أعمال الجرافيكس والأنفوجرافيكس، وأيضًا ظهرت العديد من الجمعيات والوكالات المتخصصة في مجال الصورة الرقمية، كما تزايدت أعداد المواقع الإعلامية الإليكترونية على الإنترنت، والتي تسمح بتشارك الصور الثابتة والمتحركة على نطاق واسع، وزادت الحاجة لأنواع متنوعة من الصور لتتلاءم مع الاحتياجات الجديدة للعمل الإعلامي، كما زادت حدة المنافسة بين الوسائل الإعلامية في مجال إنتاج الصور الإعلامية، لجذب أكبر قدر من الجمهور إليها.

ومن ناحية أخرى، ساعدت رقمنة الصور وقابلية تناقلها بين الوسائط الإعلامية المختلفة، على تناول موضوعات لم يتم تناولها من قبل، وتشكل ذات الصورة الإعلامية بعدة أشكال وفقًا لمتطلبات الوسيلة التي تعرض فيها من جهة، وإلى تناولها في عدة أشكال وفنون إعلامية من جهة أخرى، وإلى تعدد وسائل توظيفها، فضلاً عن إمكانية تحويلها وتغيير معالمها بحيث تظهر بصور متنوعة. كما ظهرت فنون صحفية وإعلامية جديدة تعتمد على الصورة، وعلى توظيف التقنيات الحديثة في عرض الصور مثل Photo essay، و Slideshow، كما يسرت التكنولوجيا الحديثة مجال المشاركة في إنتاج الصور للعديد من الأفراد، والذين أصبح بمقدورهم القيام بكل المراحل الخاصة بإنتاج الصورة الإعلامية الرقمية، فضلاً عن حدوث تطور هائل في مجال الكاميرات ومواصفاتها الفنية، بحيث أصبح بالإمكان التغلب على المشكلات التقليدية التي كانت تواجه وسائل الإعلام في مجال إنتاج الصور الإعلامية، كما أصبح بالإمكان حرق المراحل التقليدية المتعلقة بإنتاج الصورة، وزيادة القدرات الاستيعابية الخاصة بتنظيم وتخزين واسترجاع الصور.

الظواهر الإعلامية الجديدة التي صاحبت الصورة الرقمية:

صاحب تبني وسائل الإعلام تكنولوجيا الصورة الرقمي العديد من الظواهر الجديدة من بينها ما يلي:

(أ) التصوير الرقمي:

فبفضل الاعتماد على التصوير الرقمي، أصبح بالإمكان الحصول على الصورة بسرعة وجودة عالية وتكلفة أقل، وكذلك إرسالها لجهات عديدة في زمن يسير، وعرضها عبر وسائط مختلفة، كما تم الاستغناء عن أفلام التصوير الفوتوغرافي العادية، وكل العمليات المتصلة بتحميضها وطبعها وتكبيرها، حيث تتم معالجتها على الشاشة مباشرة، لتحسين درجة وضوحها، وزيادة التباين في ظلالها وألوانها. كما أصبح بمقدور المصورين الصحفيين البقاء فترة أطول في ميدان الحدث، ورؤية صورهم بشكل فوري، ومن ثم تأكدهم من حصولهم على اللقطة المناسبة للحدث، ولم يعد هؤلاء المصورون مضطرون للعودة لمؤسساتهم بسرعة، حيث أصبح بإمكانهم إرسال صورهم من ميدان الحدث، ولكن من ناحية أخرى، جاءت هذه الميزة على حساب كم الصور التي قد يقومون بالتقاطها، حيث قلت أعدادها من جهة، وزادت درجة تسرعهم في الحصول عليها، دون التأكد من جودتها، حيث تترك هذه المهمة لبرامج المعالجة الرقمية للصور، لتقوم بتعديل ما قد يكون بها من عيوب.

(ب) الغرفة المظلمة الرقمية:

أسفرت المعالجة الرقمية للصور عن ظهور ما يعرف بالغرفة المظلمة الرقمية كبديل عن الغرف التقليدية، حيث حدث تحول جوهري في الاعتماد على شاشات الكمبيوتر كبديل عن المعالجات الكيميائية التقليدية. وقد عدد المصورين الصحفيين في دراسة ,مزايا هذه الغرفة، ومن بينها إمكانية طبع العديد من النسخ لذات الصورة بسهولة، وسهولة التخلص من المشكلات التي كانت تنجم عن العمل في الغرف التقليدية مثل الأكسدة والأغبرة وتلطيخ الملابس، فضلاً عن أن العمل على

برنامج مثل فوتوشوب يعد عملاً أكثر يسرًا وسهولة، وإن قال البعض منهم أنهم يفضلون رؤية الصورة علي فيلم بدلاً من الكمبيوتر، وأن الغرفة التقليدية تتسم بحميمة أكثر، وأن فقدان خبرة العمل في الغرف التقليدية يفقد المصور الكثير من الخبرات، وقد أبدى هؤلاء مقاومة في البداية تجاه استخدام هذه التقنية الجديدة.

(ج) المعالجة الرقمية للصور:

أتاح استخدام برامج المعالجة الفنية للصورة الفوتوغرافية العديد من المزايا أبرزها: إمكانية التحكم في درجة وضوح الصورة ودقتها وكثافتها البصرية ودرجة التباين فيها، وإمكانية حذف الخطوط والتفاصيل الزائدة في الصور، والقيام بعمل الرتوش الاليكترونية لها، وإمكانية إضافة التأثيرات إلي الصور، وإظهارها في شكلها النهائي على الشاشة لطباعتها أو تخزينها، وإجراء التصحيحات اللازمة للألوان وفصلها عن بعضها البعض، وإمكانية التحكم في مساحات وأحجام وأشكال الصور (مربعة، مستطيلة، بيضاوية)، وإمكانية قلب الصور وتغيير اتجاه الحركة فيها، والتحكم في زوايا الإضاءة في أجزاء منها، وإمكانية إنتاج الظلال، وإمكانية حذف أجزاء من الصورة وإضافة أجزاء خارجية إليها، مع إمكانية دمجها وتركيبها مع صور أخرى، وكذلك إبراز أجزاء منها وإضعاف أخرى، وغيرها من العمليات التي يطلق عليها تدوير الصورة، وإمكانية دمج الصورة في النص المكتوب، وكذلك المزج بينها وبين الرسوم بدلاً من عمليات القص واللصق التي كانت تستخدم سابقًا.

(د) الأرشفة الرقمية الصور:

ساعدت الأرشفة الاليكترونية للصور في تجاوز الكثير من المشكلات التقليدية في الحفظ، وصعوبة استرجاع بعض الصور، ولكن من ناحية، أدت لظهور مشكلة في أرشفة الصور نفسها، إذ تضخمت أعداد الصور التي تحتاج لأرشفة، حيث تحصل المؤسسات الإعلامية على العديد من الصور بشكل يومي، فبينما كانت وكالات الأنباء مثلاً تزود هذه المؤسسات بخمسمائة صورة يوميًا، فإنها الآن تزودها بما يزيد عن خمسة الآلاف صورة، فضلاً عن الصور التي يتحصل عليها

مصوريها، وتلك التي تأتيها من مصادر متنوعة، وقد تدور هذه الصور عن ذات الأحداث، وهو ما يُصعب عملية حفظ هذه الصور وأرشفتها واسترجاعها، وهو أمر لم يكن يحدث بهذا الشكل في الماضي. وتخشى بعض المؤسسات الإعلامية من فقدان هذه الصور، ومن عدم إمكانية استخدامها لاحقًا، كما تشتكى من كم الوقت المنقضي في المسح الضوئي لهذه الصور وحفظها ومعالجاتها وتنظيمها وأرشفتها، وحاجتها للعديد من وسائط التخزين المتنوعة، وفي دراسة أعرب المصورون عن خشيتهم من قلة المساحة المتوافرة لديهم لتخزين صورهم، ومن التحولات المتسارعة في تكنولوجيا حفظ الصور، كما اشتكوا من اضطرارهم لحذف بعض الصور، والتي قد تكون ذات دلالة والتي قد تساعد في توثيق الأحداث وتأريخها، فضلاً عن أن إجراء الكثير من التعديلات الرقمية على الصور، يصعب من قراءة وفهم وتحليل هذه الصور لاحقًا أو إعادة وضعها في سياقها.

(هـ) إدارة المعالجة الرقمية للصور:

أدى تبني هذه المعالجة للتأثير على طرق إدارة عمليات معالجة الصور، حيث أصبح بمقدور المصور ممارسة قدرات أكبر في التحكم في معالجة الصور واختيارها، وهو ما أكدته دراسة Shahira and Smith,2006. وفي دراسة Russial,2000، قال المصورون بأن حجم أعمالهم زاد، لكن التكنولوجيا وفرت لهم وقتًا يمكن استغلاله في التركيز على محتوي الصورة وأن قللت من جودة العمل، وقللت من عدد العاملين. وفي دراسة راسيل ووانتا خلصت إلى أن 97,8٪ من الصحف تستخدم التصوير الرقمي بنسب مختلفة، وأن 78,7٪ منها تستخدم التصوير الرقمي بنسبة 100٪.

ففي ظل نظام التصوير الرقمي لا توجد حاجة لمسح الصور الورقية على أجهزة المسح الضوئي لتحويلها إلى بيانات رقمية، حيث أصبحت العملية كلها تتم بشكل رقمي، وبسرعة، كما يمكن الاستغناء عن الأفلام الحساسة، والمواد الكيماوية اللازمة لإظهار الأفلام، وورق التصوير، مما يوفر تكلفة شراء هذه

الخامات. كما يمكن المحررين من اختيار الصور عبر شاشات الكمبيوتر، وبعد ذلك يتم تخزينها لحين إعادة استخدامها دون أن تفقد شيئًا من جودتها.

ومن ناحية أخرى، ساعد النقل الرقمي للصور الصحفية في تصحيح أي خطأ يحدث أثناء النقل، والمحافظة على نقاء وكفاءة الصورة على الرغم من تعدد عمليات الاستنساخ من الأصل نفسه، ومساعدة المصورين في إرسال العديد من الصور من موقع الحدث، وتحقيق التوازن بين الأنواع المختلفة للصور، واختصار الوقت اللازم للنقل الرقمي للصورة، كما يمكن إجراء العمليات الخاصة بضبط وتعديل الصور بما يتفق ونوع الحبر والورق وطريقة الطباعة المستخدمة في طبع الصحيفة.

(و) التحرير الإليكتروني للصور:

أتاح استخدام نظام التصوير الرقمي إمكانية إجراء عمليات تحرير الصور اليكترونيًا، فبمجرد وجود الصور في جهاز الكمبيوتر الملحق بالكاميرا يمكن معالجاتها بتكبيرها أو تصغيرها، وزيادة درجة التباين في درجاتها الظلية مما يساعد على تحسين جودتها، والقيام بعمليات القطع وكتابة كلام الصورة وغيرها من المعالجات اللازمة، وذلك من خلال مجموعة من أدوات التلوين والتحرير الإليكترونية التي تتميز عن نظيرتها التقليدية، بأنها أكثر مرونة.

ولكن هل تختلف المعالجة الرقمية للصور عن كتابة النصوص، فالبعض يرى أن قواعد الكتابة تنطبق على تحرير الصورة، وأنه مثلما يتم إعادة صياغة وترتيب الكلمات، فإن الصورة الرقمية تحتاج أيضًا إلى مثل هذه الإجراءات. فالمعالجة الرقمية للصور تشبه محاولات الصحفيين جذب الجمهور لقصصهم من خلال تزيين عناصر القصة، فمثلما يركز المحرر على العنصر الأكثر جاذبية، فإن محرر الصور يركز أيضًا على ما يجذب الجمهور. ومن ناحية أخرى، تتباين الرؤية إزاء الدور التقليدي لمحرر الصور الذي يقوم باختيار الصور الصالحة للنشر أو البث، حيث يرى البعض أنه أصبح من المحتم تجاوز دوره، وتخويل بعض مهامه لآخرين، بينما قال بعض المصورين في دراسة أن تراجع دور محرر الصور قد يؤثر على دقة وجودة الصور التي يتم اختيارها.

(ر) تغيير كلام الصور:

تهدف الصحف من كتابة كلام للصورة إلى مساعدة القارئ على زيادة درجة تقبل الصورة، واستيعاب شكلها، وفهم مضمونها. ولكن المشكلة تتأتي عندما لا يقف تعليق الصورة عند حد وصف ما فيها، لتصف شيئًا آخر، كما تتأتي عند محاولة محرر الصورة لفت انتباه القارئ إلى جانب معين في الصورة يرى أنه يستحق التركيز عليها من وجهة نظره، وكذلك تتأتي عندما يفتقر إلى الوضوح، أو يقوم على التخمين أو التحوير أو الاستنتاج، أو إذا ما اتصف بالعمومية، أو خداع القارئ بالقول بأن الصورة حديثة بينما هي ليست كذلك. وقد يفتقر للدقة، وقد يصف كلام الصورة الحادث في حد ذاته وليس الحادث كما هو ظاهر في الصورة، وهو ما قد يصيب القارئ بالحيرة. وبالرغم من ذلك، فإن كلام الصورة ضرورة - كما ينص ميثاق الجمعية القومية الأمريكية لمصوري الصحف- وخاصة في حالة استخدام مؤثرات لعمل رسم مصور، وكذلك في حالة ما إذا كان التكنيك المستخدم يصعب على القارئ العادي فهمه أو ملاحظته، وإن رأت صحيفة الواشطن بوست عدم نشر الصور التي يتم تعديلها، ويكون كلام الصورة ضروري لفهمها.

وبينما يسرت التكنولوجيا إدراج كلام الصورة في عدة مواضع على الصورة، فإنها قد تؤدي لعدم ظهور بعض أجزائها، كما قد تؤدي لكتابة كلام غير صحيح أو مضلل أو خاطئ عن الصورة، أو زيادة حدة الأخطاء، سواء نتيجة السرعة في كتابة كلام الصورة، أو لترك مهمة معالجة الصورة وكتابة كلامها لأحد الفنيين أو لقيام محرر الصورة بكتابة كلامها بدون النظر إلي أصل الصورة، ولكن بعد معالجتها. ومن بين الأمثلة الشهيرة على تغيير محتوى الصورة من خلال كلام الصورة ما قامت به مجلتي نيوزيوك والتايمز عند نشرهما لصورة اللاعب الأمريكي الشهير أوجي سيمبسون الذي اتهم بقتل زوجته وعشيقه، فقد كان كلام الصورة يوحي بإشارات عنصرية ضد المتهم. وتثير قضية كلام الصور تباينًا بين فريقين، إذ بينما لا يوافق الفريق الأول على كتابة نصوص على الصورة ذاتها، خشية إخفاء أجزاء معينة في الصورة، فإن الفريق الأخر لا يري غضاضة في ذلك،

وخاصة في أغلفة المجلات، حيث يتطلب الإخراج والتصميم الجيد للمجلات التعامل مع أكثر من عنصر في وقت واحد وتوظيفهم معًا.

(ز) العلاقة بين التغطية المصورة والرسوم المصورة:

أدت المعالجة الرقمية للصور إلى إثارة قضية جديدة في العمل الإعلامي، تتعلق بالتفرقة بين التغطية المصورة Photographic Reporting أو الصور التحريرية Editorial Photos والرسوم المصورة Illustration Photo، حيث أصبح سهلاً في ظل هذه المعالجة، إضافة بعض التعديلات الرسومية أو الرمزية على الصور، والتي قد تخرج بها عن أصلها، مما قد يثير حيرة القارئ، ويثير تساؤلات على حق الجمهور في تنبيههم في حال حدوث مثل هذه التعديلات، مع الإشارة إلى أن العمل المعروض عليهم ما هو إلا رسوم مصورة. ومصطلح الرسوم المصورة غالبًا ما يستخدم في المجلات، للإشارة إلى أن الصور المنشورة بها قد تكون عرضة لعمليات إعادة الرتوش، وأنه قد تم تطبيق بعض المؤثرات التي تحولها إلي عمل فني، وإن كانت في أغلب الأحوال لا تمثل شيئًا حقيقيًا. ومن ناحية أخرى، فثمة فارق بين التغطية المصورة، والتي تعد شاهدًا على الحدث، وبين الرسم المصور، والذي تمت إضافة بعض الأشياء إليه أو اجتزاء عناصر منه، وهو ما لا يحظي بموافقة الإعلاميين، بسبب خطورته، واعتباره بداية مرحلة إثارة الشك في عقلية القارئ إزاء مصداقية الصور، ولعدم قدرة القارئ العادي على التمييز بين الرسوم المصورة والتغطية المصورة، فضلاً عن تقويضه للفواصل بين الصور والرسوم.

ويعد استخدام الرسوم المصورة، أمرًا شائعًا في مجلات الموضة، وتقوم الفكرة على أساس أن قراء هذه المجلات يتوقعون قيامها بإجراء تعديلات في الصور، ففي دراسة جيمس كيلي ودونا ناس رأت عينة الدراسة أن الصورة الرقمية يمكن أن تكون مقبولة إذا جاءت في السياق المنطقي الذي يتماشى مع خبرات المتلقي وإدراكه للعالم والأحداث من حوله، وفي دراسة شيلا ريفز Reaves أعرب الصحفيون عن موافقتهم إلى حد ما تجاه إجراء تعديلات على الرسوم المصورة.

ولكن غالبًا ما تتباين وجهات النظر حول هذه القضية بين فريقين، الأول يدافع عن استخدام الرسوم المصورة، بزعم أن صورة واحدة لم تعد كافية لنقل التفاصيل

الدقيقة للحدث، وأنه من المهم القيام بمعالجات للصور لنقل التفاصيل الغائبة أو التي تحتاج لتأكيد، وأنه لا توجد مشكلة في استخدامها طالما يتم تنبيه القراء إليها، كما أن أغلفة المجلات تعد استثناءًا في هذا الأمر، فإن الفريق الأخر لا يوافق على استخدام الرسوم المصورة، مشيرين إلى أن القواعد الأخلاقية التي تنطبق على الفنون الصحفية الأخرى تنطبق وبنفس الدرجة على الرسوم المصورة، وأنه مثلما لا يجوز التلاعب بالمضمون، فإنه أيضًا لا يجوز التلاعب بالصورة، وأن أخلاقيات معالجة الصورة تنطبق على كل الصور بغض النظر عن موقعها داخل الصحيفة أو المجلة.

(ل): الصورة الإعلامية الرقمية المتحركة والفيديوية:

وهي صور تظهر أمام أعين الناس خلال فترة معينة ليس فقط بشكلها الجسماني، ولكن أيضًا بحركاتها وكلامها وسلوكها، وهي صور تتعرض للتشويه مثلها مثل الصور الثابتة. وقد يكون هذا التشويه مباشرًا، وذلك عند إجراء عمليات المونتاج، وتقطيع المناظر المصورة وتجميعها كإجراء يقتضيه إخراج العمل في صورته النهائية، وقد تؤدي هذه العمليات إلي تغير من الوضع الذي ظهر به الإنسان عند تصويره، وبالتالي تعطي فكرة غير صحيحة عن شخصيته، وهو ما يثير تساؤلاً حول كيفية التوفيق بين حق الإعلامي في إجراء المونتاج من جهة ومقتضيات حق الإنسان في صورته واحترام شخصيته من جهة أخرى، والأمر أن هذا الحق مقيد بعدم توليد انطباع غير صحيح لدي المشاهد عن حقيقة الحدث. أما التشويه غير المباشر، فيتم عن طريق تحويل الصور المتحركة إلي صور فوتوغرافية ثابتة، ولذلك يمكن بسهولة اجتزاء أحد هذه الصور من الفيلم ونشرها بعيدًا عن سياق الفيلم الذي وردت فيه، سواء نشرت وحدها أو مقترنة بصورة أو بصور أخري ثابتة، وبهذه الطريقة تظهر الصورة الواقع بشكل مغاير. وفي الآونة الأخيرة، انتشرت ظاهرة التلاعب بالصور المتحركة، وخاصة على الإنترنت، وهو أمر يترك تأثيراته الضارة، في حال لجوء المواقع الإعلامية، للتلاعب بالمشاهد المرئية المصورة، مما قد يخلق انطباعا خاطئًا عن حدث ما. ومن ناحية أخرى، يمكن تحويل أي تسجيل تناظري إلى تسجيل رقمي، كما أن صور الفيديو التناظرية والرقمية تبدو متشابهة على الشاشة،

ومن ثم تكون القابلية للتدقيق الملازمة لكليهما متقاربة، لكن القابلية للخداع والتزييف موجودة أكبر في الصور الرقمية. ومن أشهر البرامج المستخدمة في هذا المجال، هو برنامج "بريميير"، وإن كانت لا تزال هناك الكثير من الإشكاليات الفنية والقانونية المتعلقة بكيفية إثبات حدوث تزييف وتلاعب في نص الفيديو الأصلي، وحقوق الملكية الفكرية.

(ط) الذوق التحريري في مقابل المشكلات الأخلاقية Taste Vs Ethics:

من الظواهر التي تثيرها المعالجة الرقمية، قضية تحكيم الإعلاميين لأذواقهم ورؤاهم الشخصية في الحكم على بعض الصور، ففي أحيان كثيرة يثير نشر بعض الصور الكثير من الجدل، مثل نشر صور لجثث موتى، وبينما يري البعض أن مثل هذه الصور تدخل في باب الذوق الشخصي أكثر منها في باب إثارة مشكلات أخلاقية، إلا أن الأمر يتوقف على مدى تقبل الجمهور لمثل هذه الصور، وكل الدلائل تشير إلى أنه لا يرغب في رؤية صور لجثث مثلا. كما تثير هذه القضية المخاوف من خلق مشكلات أخلاقية تؤدي لخداع للجمهور من جهة، كما قد تؤدي لفرض أذواق بعض الصحفيين على الجمهور، ونشر صور عن العنف والدم والجنس والأشكال الأخرى المزعجة للعين وبالرغم من عدم الاتفاق على مثل هذه الأمور، إلا أنه قد يكون مقبولاً نشرها، بشرط عدم التلاعب في مكونات الصورة، أو عرضها في صور تجميعية أو تعديلها بطريقة تؤدى لتزييفها سواء عن طريق الإضافة أو الحذف أو الإبدال وإعادة الترتيب.

(ك) التنويه للتعديلات في الصورة:

اعتادت وسائل الإعلام على إجراء العديد من التعديلات على الصور، كما اعتادت على استدعاء صور قديمة لأشخاص أو أحداث وتوظيفها في أحداث حالية، وخاصة في حال عدم توفر صور عن الحدث الذي تقوم بتغطيته، باستخدام ما يعرف بالصور المجمعة أو المكدسة Stacked Images، بيد أن كل هذه الممارسات تثير العديد من التساؤلات حول ضرورة تنبيه الجمهور في حال حدوث تعديلات على الصورة، وتحت أية ظروف ينبغي إعلام أو تنبيه القارئ لحدوث مثل هذه التعديلات،

بغض النظر عن مداها، ومدى قبول الجمهور لحدوث تعديلات في الصورة، ومدى موافقته على محاولات زيادة القيمة الخبرية للصور. وفي الدراسة التي أجراها كل من. رأت العينة عدم وجود ضرورة لوضع تنويه أو تحذير عند التلاعب بالصورة، ولكن هذه الدراسة تمت على مجلات الموضة، وهي مجلات يتوقع فيها الجمهور حدوث تلاعب بالصورة. وعامة، ينبغي تنبه الجمهور في حالة حدوث تعديلات على الصورة، وخاصة إذا كانت تغير في محتواها.

(م) الوسائل الإعلامية الجديدة وصناعة الصورة الإعلامية:

مع اندماج وسائل الإعلام التقليدية والإليكترونية بفضل استخدام اللغة الرقمية، أصبحت الصورة الإعلامية تجد لها متنفسًا في بيئات متنوعة، كل منها يفرض عليها تقاليده وطرقه في العمل، مما جعل ذات الصورة تتشكل وتتلون بأردية مختلفة وفقًا لطبيعة الوسيلة، وهو ما قد يثير تساؤلات حول تأثير البيئة الإعلامية على الصورة، وحدود التوفيق بين مقومات الوسيلة وبين خصائص الصورة. ومن ناحية أخرى، فإن هذه الاندماج أدى إلي زيادة عدد المساهمين في صناعة الصورة الإعلامية الرقمية وفي مقدمتهم وكالات الأنباء وكالات الخدمات الصحفية المصورة، كما بدأت وسائل الإعلام تستقي مادتها المصورة من الأفراد العاديين، ومن أصحاب مواقع البلوجرز وغيرهم، وقد لا يتوفر لبعض هؤلاء الأفراد الخبرة المهنية، وهو ما قد ينعكس بالتالي على أخلاقيات الصور الإعلامية المستخدمة.

(و) حرية الصورة الإعلامية الرقمية:

بينما وفرت المعالجة الرقمية الكثير من المزايا للصور، فإنها أيضًا سهلت عملية فرض رقابة عليها، وحجب بعضها عن النشر، وإمكانية التلاعب بمكوناتها بما لا يتيح إظهار الحقيقة كاملة. ومن ناحية أخرى، فإن إمكانية توافر الصورة في أكثر مكان، وإمكانية تبادلها بين أكثر من طرف، قد حد من إمكانيات فرض حظر على نشر بعض الصور، وصعب إمكانية حذف الصور من جهة معينة، حيث تتوافر ذات الصورة في أماكن مختلفة. ومن ناحية ثالثة، فإن التوافر الغزير للصور، قد خلق توجهًا جديدًا يقوم على أن المنع والحظر لم يعدا بأفضل طريقة لمراقبة

الصور وحجبها، بل توزيعها بغزارة وبوتيرة متصاعدة، لإن الجمهور يفقد التركيز في لهثه وراء إيقاع الصور المتسارعة.

(ن) برامج صناعة الصورة الإعلامية الرقمية: الفوتوشوب:

أثار برنامج فوتوشوب منذ بداية ظهوره في عام 1990 الكثير من التساؤلات حول تأثيراته الأخلاقية على المعالجات الرقمية للصور، حيث يوفر العديد من الأدوات التي تتيح إخراج وإنتاج ومعالجة الصور بطريقة يمكن أن تحسن المنتج النهائي للصورة، بيد أنه في ذات الوقت يوفر إمكانيات كثيرة للتلاعب بالصورة. ففي أواخر الثمانينيات من القرن العشرين قام تواس نول Thomas Knoll بتصميم برنامج كمبيوتر يقوم بفتح وعرض أنواع مختلفة من ملفات الرسومات علي جهاز ماكنتوش بلس، وكانت هذه هي البداية المتواضعة للبرنامج الذي تحول فيما بعد ليصبح "فوتوشوب". أقوي برنامج الرسومات، ثم قاما بجمع الأكواد المتناثرة لإنشاء برنامج متكامل لمعالجة الصور الرقمية، مع العمل على زيادة القدرة على تخزين الصور بصيغ مختلفة، وفتح ملفات الصور في برامج أخرى وطباعتها.. الخ. وبعد عدة محاولات قاما بإنتاج برنامج Image Pro وكان ذلك في عام 1988م، إلى أن تم إصدار نسخ Adobe Photoshop1 في فبراير 1990م بعد الاتفاق مع مجموعة Adobe. وبعد مرور فترة وجيزة. ومن خلال الجهد المشترك للأخوين من ناحية ولمبرمجي شركة أدوبي من ناحية أخري. بدأ فوتوشوب يتطور ليصبح البرنامج الذي فجر ثورة عالم النشر بالألوان، وعملية الإعداد لما قبل الطباعة. وإنشاء الوسائط المتعددة والرسوم المتحركة. والتصوير الفوتوغرافي الرقمي والرسم.

وتساعد أدوات الرسم في البرنامج في إنشاء وتلوين الأشكال، كما أن به العديد من البدائل التي تساعد في خلق أشكال جذّابة، وإنشاء تكوينات متنوعة، يمكن استخدامها في عمليات التلوين باستخدام اللون الأمامي Foreground (Brush)، ولرسم خطوط صلبة مصمتة أو أشكال، على حسب الفرشاة المستخدمة (Pencil) ولإنشاء تدريجات لونية متنوعة تتوقف على اختيارات الأداة

(Gradient) ولملء المساحات باللون الأمامي Foreground أو باستخدام نموذج Pattern Paint Bucket ولإنشاء مساحات لونية مختلفة الأشكال.

ويتضمن البرنامج عدة أدوات لتحرير الصورة على درجة عالية من الأهمية، يمكن من خلالها معالجة ما يظهر في الصور من عيوب، وكذلك تعديل وإصلاح الصور التي تعرضت لأضرار بسبب العوامل الزمنية أو لسوء استخدامها، بالإضافة إلى إضافة تأثيرات خاصة، فمثلاً تستخدم الأداة Move لتحريك العناصر، والأداة Crop لقصّ جزء من الصورة، وبالأداة Clone Stamp يمكن النقل من إحدى مناطق الصورة لأخرى، والأداة Stamp Pattern تستخدم للمعالجة باستخدام نموذج Pattern، والأداة Healing Brush لمعالجة الخدوش أو الكرمشة في الصورة، والأداة Patch لمعالجة مناطق من الصورة باستخدام مناطق أخرى، والأداة History Brush للتراجع في منطقة معينة إلى مرحلة من المراحل السابقة للصورة، والأداة Art History Brush للتراجع في منطقة معينة إلى مرحلة من المراحل السابقة للصورة، مع إضافة تأثير زخرفي، والأداة Eraser لمحو الأجزاء غير المرغوبة من الصورة، والأداة Background Eraser لمحو المساحات المحيطة بالأشكال، مع الإبقاء على الأشكال حادّة الحواف، والأداة Magic Eraser لمحو المساحات على أساس اللون، والأداة Blur لتشويه نقاط الصورة وجعلها غير واضحة Out of focus، والأداة Sharpen لتوضيح نقاط الصورة Focus، والأداة Smudge لمزج ألوان الصورة مع حدوث تداخل، والأداة Dodge لتفتيح الصورة، والأداة Burn لتغميق الصورة، والأداة Sponge لزيادة أو إقلال درجة تشبُّع ألوان الصورة Saturation. كما يوفر البرنامج العديد من الأدوات التي تساعد في تحديد الصورة Selection، والتي تساعد في تحديد أي مساحة من مساحات الصوَر. كما يمكن تقريب أو إبعاد للصورة، وإضافة تأثيرات عليها Effects؛ وطبقات Layers. ومن بين هذه التأثيرات ما هو مسئول عن الظل

Drop Shadow، ومنها ما هو مسئول عن إنشاء هالة ضوء حول العنصر Glow، ومنها ما هو مسئول عن تحقيق بروز Bevel and Emboss، وغيرها.

وبرنامج فوتوشوب ليس هو الوسيلة الوحيدة التي تستخدمه الصحف والمجلات، فقد قامت الصحف بعمليات تلوين الصور منذ فترة طويلة قبل اختراع برامج تحرير الصور، بيد أنه أصبح أكثر البرنامج استخدامًا في العديد من وسائل الإعلام، وقد أشارت دراسة راسيل ووانتا إلى أنه يوجد فيما يزيد عن 95٪ من الصحف الأمريكية، بيد أن بعض وسائل الإعلام تضع حدودًا وقيودًا على استخدام كل إمكانيات البرنامج، فوكالة الأنباء رويترز على سبيل المثال تؤكد على عدم استخدامها لكل إمكانيات البرنامج، وإن اهتمامها به يقتصر على عناصر محددة، وهي تلك المتعلقة بقص الصورة وإعادة تحجيمها وضبط ألوانها، مع النظر للون باعتباره مجرد أداة للعرض وليس لتغيير الوقائع. ومن بين القواعد التي تضعها لنفسها فيما يتعلق باستخدام لفوتوشوب أنه لا يجوز استخدامه لوضع أية إضافات على الصورة أو حذف بعض أجزائها أو ممارسة أية نوع من الخداع على القارئ أو التلاعب بالتوازن اللوني في الصورة أو لتغمية بعض العناصر في الصورة أو تغيير سياقها، كما لا تسمح الوكالة للعاملين بها باستخدام أداة الاستنساخ، وبما يؤدي لتغيير محتوى الصورة، وهو ما يعني إزالة، أو تحريك أو تكرار أو إضافة شئ للصورة.

ومن أدوات الفوتوشوب ما يمكن أن يؤثر في المشاعر الناجمة عن رؤية الصور بعد معالجاتها مثل اقتطاع جزء من الصورة، ومنها ما يمكن أن يؤثر على محتوى ومكونات الصورة مثل أداة الاستنساخ Clone. وبينما قد يعد مقبولاً استخدام الأدوات الأولي، فإنه ينبغي الحذر من الأدوات التي تؤثر على محتوي الصورة، فأداة cloning tool (أداة الاستنساخ) تعد من أبرز أدوات البرنامج التي تثير جدلاً، فهي من بين الأدوات غير المقبول استخدامها في عدد كبير من وسائل الإعلام، والشئ الوحيد المقبول في استخدامها هو إزالة غبار الصور. ومن الأمور

الأخرى التي قد تؤثر على مصداقية الصور ما يتعلق بإعادة تأطير الصورة في سياق مخالف framing. ومن بين الاستخدامات التي يمكن القيام بها ببرنامج فوتوشوب، كما رأت جمعية مصوري البيت الأبيض هي الاقتطاع والتعتيم والتفتيح وتحويل الصورة للون للرمادي أو ضبط ألوانها، ولكن لا يجب إحداث تغييرات كبيرة فيما يتعلق بالكثافة، والتباين، وإضافة اللون، وتغيير درجة التشبع، وكذلك عدم تغيير المشهد الأصلي أو الخلفية للصورة. ويرجع مبرر الموافقة على ضبط الإضاءة والتعتيم ووضوح الصورة وقطع الأجزاء غير المرغوبة على الجوانب وأسفل وأعلى، إلى أن القارئ يتوقع وجود بعض العناصر خارج هذا الإطار.

ومن الجوانب الإيجابية في البرنامج، أنه يمكن توظيفه لأغراض تنويرية، وليس مجرد إزالة العيوب أو الهجوم على الآخرين أو التلاعب بمكونات الصورة، كما أنه يسمح لوسائل الإعلام بطرح نفسها بأردية مختلفة، وبشكل مميز عن غيرها. وبالرغم الايجابيات التي أضافها البرنامج على العمل الصحفي والإعلامي، فإنه جلب الكثير من الإشكاليات الأخلاقية التي تؤثر في مصداقية الصحافة ووسائل الإعلام، وفي نزاهة الصور التي تعرضها، كما جعلنا أكثر ميلا لفقدان الاحترام للصور التي نقوم بالتلاعب بها ،وكذلك يثير جدلاً سياسيًا أو اجتماعيًا، فالإمكانيات الديمقراطية لفوتوشوب تساعد على ارتكاب الأخطاء، ولذا يسعى بعض المبرمجين لتصميم تقنيات للكشف عن حالات الزيف والتلاعب التي تتم بواسطة مثل هذا البرنامج.

الفصل الخامس

إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت

مقدمة:

تعتبر الصحافة الالكترونية من أبرز معالم التطور الذي شهدته صناعة الصحافة خلال السنوات الماضية مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسبات وكذلك تكنولوجيا الاتصال الشبكي.

ويرى بعض علماء الاتصال انه يمكن أن يشتمل تعريف الصحافة الاليكترونية على طيف متسع من أشكال النشر الصحفي الذي يبدأ بالنشر المطبوع المستعين بالحاسبات الاليكترونية، ليصل إلى الصحيفة الاليكترونية اللاورقية.

وفي هذا السياق اهتمت البحوث والدراسات الإعلامية التي تنتمى لمجال الصحافة الإلكترونية بالإمكانات غير المحدودة لشبكة الوب فى تصميم الجرائد الإلكترونية، والفروق بين التصميم الطباعي وتصميم الوب، وتتبع مسرى العين على شاشات الكمبيوتر عند مطالعة الجرائد الإلكترونية، وأهم الخصائص والسمات المميزة لعملية قراءة الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، والمعايير التي يجب الالتزام بها في التصميم الجيد لمواقع الوب، وتحليل التيبوغرافيا الرقمية وخاصة العناوين، وكيف أن تصميم مواقع الوب يؤثر على استرجاع الأخبار وإدراكها.

وكذلك دراسة تأثيرات الوسائط المتعددة على تصميم الموقع ودورها فى تحقيق الموقع للوظائف المنوطة به، وتأثيرات الفيديو وبرامج تصميم صفحات الويب.

ومن هنا تنبع أهمية هذه الورقة العلمية التي حاول الطالب فيها التعرف على أساسيات تصميم وإخراج الصحافة الالكترونية، ومعرفة خصائص وسمات إخراج الصحف الالكترونية، وما هو دور التصميم والإخراج الفعال للصحافة الالكترونية في جعل الموقع الالكتروني ناجحا ومتميزا.

العناصر البنائية الأساسية:

يقصد بالعناصر البنائية الأساسية الأدوات التي تحتوي على معلومات دلالية تعتمد عليها الصحف الإلكترونية لتقديم المضمون إلى المستخدم، وقد تم تقسيمها إلى ثلاثة عناصر شغل كل عنصر مبحثًا خاصًا به.

تناول المبحث الأول: العناصر البنائية التقليدية، وهي العناصر التي ورثتها الصحافة الإلكترونية من نظيرتها الورقية المتمثلة في النصوص والصور الثابتة، ومثلما ورثت الصحافة الإلكترونية هذه العناصر من الصحافة الورقية ورثت معها بعض قواعدها المتعلقة بوضعية هذين العنصرين على الصفحة من زاوية، ومن زاوية أخرى فإنها لم تقبل كل قواعد الصور والنصوص ؛ إنما عدلت في بعضها، وقدمت قواعد جديدة تتواءم مع المستحدثات التكنولوجية، وهذه القواعد وتلك التعديلات والإضافات يقدمها هذا المبحث بالتطبيق على صحف الدراسة، دراسة تطبيق الصحف الإلكترونية للقواعد العلمية في تعاملها مع هذين العنصرين.

بينما تناول المبحث الثاني: الوسائط المتعددة (الرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو) بوصفها عناصر إلكترونية جديدة على الصحف الإلكترونية، فعلى الرغم من أن هذه العناصر لصيقة الصلة بالراديو والتلفزيون والسينما إلا أنها صكت بصبغة الوسيلة الجديدة التي تكتنفها – الإنترنت- ، فقيود بطء الاتصال فرضت على هذه العناصر قيودًا شديدة جعلتها تبدو شبه متغيبة في الصحف الإلكترونية إلا في الأحداث الدولية والمحلية غير المتكررة، وهذا ما يوضحه المبحث الثاني من خلال رصده لاستخدام هذه الوسائط في صحف الدراسة.

أما المبحث الثالث: فقد تناول الوسائط الفائقة (النص الفائق) بوصفه الصفة المميزة للإنترنت، فقد أسهم النص الفائق في قلب العديد من النظريات الإبداعية والاتصالية التي قدست دور الكاتب بوصفه الوحيد القادر على إنتاج النص ليحل مبدأ المشاركة (co-author) في إنتاج النص بين القارئ والكاتب، كما أسهم النص الفائق في طرح العديد من المسارات والبدائل أمام القارئ التي يمكن أن يسلكها في مطالعته للمضمون، ولم يكتف النص الفائق بذلك بل بامتزاجه بالرسوم الجرافيكية، التي عدلت من الشكل الجمالي لصفحة الويب، مثلما أسهم النص الفائق في تقسيم النص المقدم إلى القارئ حسب خبرته الثقافية، كل هذه المميزات جعلت من الصحافة الإلكترونية صحافة فائقة (Hyper journalism) تحتوي على العديد من الوسائط المتعددة الممزوجة بالوسائط الفائقة.

أطلق الباحثون على النصوص والصور الثابتة العناصر البنائية التقليدية، لأن الصحافة الإلكترونية ورثتها عن الصحافة الورقية عندما انتقلت إلى الإنترنت، فلا يمكن تصور أي صحيفة سواء أكانت ورقية أم إلكترونية بدون إحدى هذين العنصرين، إلا أن هذين العنصرين قد تأثرا بقواعد ومتطلبات الوسيلة الجديدة ولم ينقلا كما هما بل خضعا للمتطلبات البصرية والتقنية للوسيلة الجديدة، وهو ما أظهرته دراسات سابقة عديدة في هذا المجال، ونعرض فيما يلي إفادة صحف الدراسة من تلك القواعد على مستوى النصوص والصور الثابتة.

العناصر البنائية التقليدية:

أولاً: النصوص :

ثانيا: الصور الثابتة:

[أولاً]- [النصوص]:

على الرغم من احتواء الإنترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ في يسر وسهولة إلا أن النص ما زال في المركز الأول في اعتماد الصحف عليه في بنائها الشكلي والدلالي.

يحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على: العناوين، والمقدمات، والجسم؛ ولكل نوع من الثلاث قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتمثلة في الانقرائية (Readability) فالمخرج يهدف من وراء الانقرائية تقديم شكل يريح القارئ بصريًا ونفسيًا لتحقيق التوافق بين الشكل والمضمون، وتحديد أروقة الدخول إلى النص من خلال العناوين الأساسية والفرعية والمقدمات لتتقل القرئ في يسر وسهولة بين ثنايا النص أثناء القراء.

ولقد انفق علماء التوبوغرافيا حول معنى الانقرائية، فهم يرون أنها " تشير إلى سهولة قراءة العين للنص "، بيد أنهم اختلفوا حول أبعادها، فقد رأى (Goetze) أن هناك ستة عوامل تؤثر على الانقرائية، هي:

1- وضع النص في الجهة الافتراضية للغة

2- محاذاة النص ناحية اليسار في اللغة اللاتينية، وإلى اليمين في اللغة العربية.

3- نوع الخط، وطول السطر

4- المسافات بين النصوص والهوامش.

5- والتباين.

6- استخدام النص القيادي (Leading text) – مثل العناوين والمقدمات – بخط أكبر من النصوص.

في حين رأى (Lauren & eal) أن هنالك سبعة عوامل تؤثر على الانقرائية هي:

1- الخلفيات.

2- والأماميات (Foreground).

3- التباين.

4- التناقض التام (Polarity).

5- نوع الخط.

6- البياض بين السطور.

7- اتساع الهوامش.

أما (Ahumad) فقد رأى أن الانقرائية تتأثر بالخلفيات والأميات، وتتباين الألوان وتناقضها، بينما رأت دراسة WRL' s أن الإنقرائية تتشكل من خلال التباين، والخلفيات، وحجم الخط ونوعه، ومحاذاة الخط في الجهة الافتراضية للغة، أما دراسة (Lynch & Horn) فقد رأت أن أبعاد الانقرائية هي: المحاذاة، ونوع الحرف، وطول السطر، وحجم الحرف، والمسافات البيضاء، والتأكيدات (الخط المائل، والخط العريض، ووضع خط تحت الكلمة، ولون النص).

ومن الطرح العام حول الانقرائية نتبين أن هنالك اتفاقا شبه عام حول أبعاد معينة هي: نوع الخط، وطول السطر، والمسافات البيضاء بين السطور، والخلفيات

والأماميات، والتباين، غير أننا نختلف مع كل هؤلاء، فبما أن الانقرائية ترتبط بالنص أساسًا فهي ترتبط بالبنية الأساسية للنص، وهي: الحرف وما يمت له بصلة مثل: نوع الخط وحجمه واتساع السطور، أما المؤثرات غير النصية مثل: الخلفيات، والأماميات، والتباين فهي مرتبطة بالألوان، ومن ثم فهي ترتبط بالمقروئية والرؤية.

البنية الأساسية للنص:

تنحصر بنية النص في العناصر الآتية:

- نوع الخط.
- حجم الخط.
- اتساع السطور.
- النص القيادي.

وفيما يلي نستعرض هذه العناصر بالتفصيل:

- **[نوع الخط]:**

تتيح تكنولوجيا الإنترنت لصفحة الويب أن تضع مجموعة من الخطوط في صفحتها، ويقوم مستعرض الويب بالبحث في هذه الخطوط بترتيب كتابتها، وإذا لم يدعم المستعرض هذه الخطوط يقوم بوضع الخط الافتراضي بدلا من هذه الخطوط.

يؤثر نوع الخط على الانقرائية، فقد أوضحت الدراسات بصفة عامة أن الخطوط التي لا تحتوي على زوائد، أفضل في قراءتها من تلك التي تحتوي على زوائد، أما الدراسات التفصيلية فقد أوضحت أن خط (Arial) هو أفضل الخطوط من حيث انقراءته، إلا أن دراسة (Rnard) قد ربطت الخط بالحجم، فقد رأت أن خط (Arial) أفضل في الخط الذي حجمه 14نقطة، بينما رأت أن خط (Verdana) أفضل في الخط الذي حجمه 12نقطة، كما رأت أن خط (Times New Roman) هو الأسوأ بالنسبة للشاشة.

يمكن القوا بناء على القاعدة السابقة أن خط (Arial) هو الأفضل بالنسبة للعناوين والمقدمات، أما (Verdana) هو الأفضل بالنسبة للنص المستمر، وهذه

القواعد تصدق على الخطوط الإنجليزية ولا تصدق على الخطوط العربية، فلم يعثر الباحثون في حدود معرفتنا على دراسة عربية أوضحت أفضلية الخطوط العربية على الإنترنت، ولا حتى في الصحف الورقية.

لقد أفادت صحيفة (يو أس إيه تو داى) من هذه القاعدة، فقد استخدمت خط (Arial) الذي لا يحتوي على زوائد – في كتابة كل صفحاتها، أما صحيفة New York Times فقد ألقت بهذه القاعدة عرض الحائط، واستخدمت خط (Timer NR) في كتابة نصوصها، أما مقارنة خطوط اللغة العربية بخطوط اللاتينية واعتبار أن خط (Arial) هو أفضل الخطوط فهذا ضرب من التخمين لا يكاد أن يقبله البحث العلمي، فهذا الموضوع يحتاج لدراسة لتؤكده أو تنفيه.

وعموما فالقاعدة العامة في التصميم ترى أن استخدام أكثر من ثلاثة خطوط في الصفحة يجعل الصفحة مبهرجة، دون أن يحقق هذا الاستخدام المبالغ فيه أدنى فائدة، وعندها تصعب عملية القراءة، ولا يعني هذا أن تركن الصحف إلى هذه القاعدة وتستخدم أدنى حد من الخطوط فيمكن أن تستغل هذه الخطوط المتباينة في عمل توازن بين العناصر البنائية المختلفة مما يساعد على قتل رتابة النص، فيمكن أن تخفق الكثير من الصحف حين تلجأ إلى استخدام خطا واحدا فقط في تقديم نصوصها وعناوينها، وكان يجدر بها أن تستخدم خطين إضافيين لتحقيق التباين بين العناصر البنائية المختلفة.

وثمة قاعدة أخرى لاتساق الرؤية (Visual entt consist)، ترى أنه يجب أن تستخدم الصحيفة نفس عائلة الحروف لخلق وحدة الرؤية (Visual unity) في الصفحة، فيجب أن تستخدم نفس عائلة الحروف في العناوين، وقوالب النصوص (text forms) والأزرار (buttons) والقوائم (menu) الخاصة بخبر محدد، وقد نحا هذا المنحي بعض الصحف، بينما خالف بعضها الآخر هذه القاعدة في العنوان الرئيسي فقط، وقد استخدمت بعض الصحف في عنوانها الرئيسي المأخوذ من الصحيفة الورقية؛ لكي تحقق الربط بين الصحيفة الورقية والصحيفة الإلكترونية.

- **[حجم الخط]:**

يمثل حجم الخط إشكالية في تحديد قيمته الحقيقية، وصفحات الإنترنت تستخدم مقاييس نسبية في تحديد أحجام الخطوط لا تتطابق في بعض الأحيان مع بعضها البعض، ويزيد هذه الإشكالية تعقيداً عدم تدعيم المستعرضات لبعض أحجام الخطوط، واختلاف أحجام الخطوط نتيجة لتغير تباين الشاشة، كما يلاقي حجم الخط إشكالية أخرى تتعلق بتحديد الحجم المثالي للخط، وبناء عليه يتم التركيز في أحجام الخطوط على نقطتين.

أولهما: المقاييس التي تستخدمها الإنترنت بصفة عامة في تحديد حجم الخط.

ثانيهما: الحجم المثالي للخط.

وفيما يلي نعرض الجدول الآتي ليبين وحدات قياس الخطوط:

مقاييس أحجام الخطوط:

هناك أكثر من طريقة لقياس حجم الحروف التي يمكن أن تستخدمها الصحف الإلكترونية على الإنترنت ووحدات حجم الخط المثالي:

وحدات القياس	الاختصار	معادلة الوحدة بالبوصة
البوصة	IN	1,00
البيكا	PC	6,00
المليمتر	MM	25,40
السنتمتر	CM	2,54
النقطة	PT	72,00
البيكسل	PX	*

(*)- يعتمد حجم البيكسل على درجة تباين الشاشة Resolution، فإن نطاق شاشة الكمبيوتر يقع عادة بين 72 إلى 150 بيكسل في البوصة (Pixies Per Inch PPI)، ويمكن معرفة كم بيكسل في البوصة في شاشة أجهزة الكمبيوتر من لوحة التحكم Control panel، وذلك بالضغط على أيقونة الشاشة Display، ثم اختيار إعدادات الشاشة Settings ثم الضغط على زر

advanced فيتضح كم بيكسل في الشاشة، وهي عادة ما تكون في وضع افتراضي بالنسبة للحروف الصغيرة 96 بيكسل في البوصة.

تقدم صفحات الويب أحجام خطوطها بإحدى طريقتين، الأولى: تقنية صفحات الأنماط المتتابعة Cascading Style Sheet (CSS). والثانية: لغة HTML، ولكل نوع من الاثنين العديد من الأساليب التي يتبعها في تقديم أحجام خطوطه، ولكل أسلوب من هذه الأساليب ما يميزه عن غيره، وهم كما يأتي:

طرق تقديم صفحات الويب لأحجام خطوطها:

[1/1]- [تقنية الأنماط المتتابعة] من أكثر الأساليب التي تستخدمها مواقع الشبكة العالمية في تقنية الأنماط المتتابعة (CSS) الأساليب الآتية:

النسب المئوية: تستخدم صفحات الإنترنت النسب المئوية في تحديد أحجام الخطوط وهو ما يوضحه الكود التالي:

```
< style
Type = " text/ ess" >
H1{ font – size:200%}
H2 { font– size: 1`50 % }
P { font – size: 100 % }
< / style>
```

في هذا النوع يكون حجم الخط الافتراضي 12 نقطة، وهذا يعني أن الخط الرئيسي (H1) يساوي الخط الافتراضي مرتين؛ أي يساوي 24 نقطة، والعنوان الثاني الرئيسي (H2) يساوي الخط الافتراضي مرة ونصف؛ أي يساوي 18 نقطة، ويميز هذا الأسلوب إمكانية تقديم خط كبير بالدرجة التي نريدها.

تقسيم الخط حسب الحجم:

تقسم الخطوط في هذا النوع من الحجم إلى أنواع وهي: {صغيرة Small، وصغيرة جدًا X-small ومتناهية في الصغرXX-small ، ومتوسطة Medium، وكبيرة /Large، وكبيرة جدًا X-Large، وكبيرة للغاية XX-Large، ويتم كتابة كود الخط بالشكل التالي داخل لغة HTML:

```
<style type = text / ess >
      {font-size: large: }
      </style>
```

لغة (HTML):

تقدم لغة (Html) العديد من الأساليب التي تساعد في تحديد حجم الخطوط، منها:

(أ)- التقسيم الاثنا عشر:

تقدم لغة HTML اثني عشر حجما للخطوط هي من (+ 6) إلى (− 6) ويعد حجم الخط (6+) الأكبر أما (- 6) فهو الأصغر ، ومن الغريب أن مستعرضي انترنت إكسبلورر ونتسكيب كومنيكتور لا يدعمان بعض أحجام الخطوط، فهذان المستعرضان يدعمان أحجام الخطوط كما في الجدول الآتي:

حجم الخط بالنقطة	حجم الخط HTML	-6	-5	4-	3-	2-	1-	1	2	3	4	5	6
إنترنت إكسبلورر		8	8	8	8	8	10	14	18	24	36	36	36
نتسكيب كومنيكتور		8	8	8	8	8	10	14	18	24	36	36	36
الحالة		غير مدعم من المستعرضين										غير مدعم	

(ب)- التقسيم السداسي:

وضعت لغة HTML هذا التقسيم للعناوين وهو يتكون من منظومة العناوين التي تبدأ من <H1> الأكبر وانتهاء بـ <H6> .

(ج)- التقسيم السباعي:

وضعت لغة HTML هذا التقسيم للنصوص، وهو ما يقع بين الكودين التاليين:

<FONT size = 1> و <FONT size=7> وحيث يتناسب هذا التقسيم مع تقسيم الخط بحسب الحجم في تقنية الأنماط (CSS) بواقع 7,5 نقطة، والخط ذو الحجم يتناسب مع الخط الكبير للغاية بواقع 36 نقطة.

أما على صعيد استخدام الصحف بعامة لمقاييس أحجام تلك الخطوط، فقد تتباين في استخدامها وتحديد عناوينها ونصوصها، فبعضها مثلاً يستخدم التقسيم السداسي في عرض عناوينها الرئيسة، وعليه فقد تستخدم بناء على ما سبق* الكود الآتي: <h,3> وهذا يعني أن الصحيفة قد تعرض عناوينها الرئيسة بواقع 13,5 نقطة، أما عناوينها المجمعة فقد تستخدم لها التقسيم الثنائي العشري لعرضها مستخدمة أدنى خط، فقد تقدمها بكود <font size= -1> وهو أدنى خط بواقع، 7,5 نقطة.

وقد تستخدم صحف أخرى تقنية (CSS) في تحديد حجم خطوطها، وعليه فقد تستخدم خط إحدى عشر نقطة للعناوين الرئيسة والمجمعة والمتن، وخط عشر نقاط لتقديم تعليق الصور، وتاريخ العدد، والعناوين المجمعة التي تأخذ شكل عمود طولي يسار الصفحة، والتي تحمل عنوانا ما تتبناه الصحيفة.

وقد لا تلتزم بعض الصحف بعامة بتحديد أحجام خطوطها بأسلوب واحد كما في بعض الصحف الأخرى، وعليه فقد تنوع بعض الصحف باختيارها لتقسيمات مختلفة، فقد تستخدم مثلاً الأسلوب السباعي، وبالتحديد كود < Font – size=1> في تقديم أبواب الصحيفة وتقسيماتها، وتاريخ التحديث،

وتعليق الصور، وهذا الكود يساوي 7,5 نقطة، بينما قد تستخدم أيضا من خلال تنويعها الأسلوب الاثني عشر وبالتحديد كود < FONT-size= +1 > لتقديم عناوينها الرئيسة بواقع 13,5، وفي هذه الحالة تستخدم كود < FONT - size= - 1 > لتقديم بعض عناوينها المجمعة في العمود الأيمن بواقع 10 نقاط، أما نصوص الصحيفة وبقية عناوينها فقد تتركها لمستعرض الويب.

ولوفرة المقاييس فقد تختار بعض الصحف الأخرى منها مثلاً: مقياس البيكسل في قياس حجم خطوطها من خلال تقنية (CSS)، فهي والحالة هذا يمكنها أن تقسم عناوينها إلى أربع فئات، وهي كالآتي:

1- **تبويب الصفحة:** وهو الذي يضم عناوين، كالحياة، والمال، والأخبار، والرياضة، والتكنولوجيا، والطقس، وتقدمه الصحيفة على هيئة نص فائق يأخذ اللون الأزرق في الجانب الأيسر من الصفحة وهو ما يعبر عنها الكود < FONT size:16x >وهذا الكود يساوي قرابة 12 نقطة.
2- **العناوين الرئيسة:** وهي ما يعبر عنها بالكود < FONT- size:21px > ويساوي قرابة 16نقطة.
3- **العناوين الجانبية:** وهي العناوين التي توضع موازية لاسم الصحيفة، ويعبر عنها بالكود الآتي: < FONT - size:16px >ويساوي 14 نقطة.
4- **العناوين الصغيرة وتضم (الموسيقى،** والرحلات، والدردشة، والبورصة، وإدارة الأعمال) وتأخذ كود < FONT-size: 12px >ويساوي 9 نقاط، بيد أن هذه الطريقة يعيبها تشويه بعض الحروف في حالة التباين العالي (High Resolution) وكذلك التباين الضعيف (Low Resolution).

حجم الخط المثالي:

لقد اتفقت الكثير من الدراسات التي أجريت بهذا الخصوص على أن الخط المثالي المعروض على شاشة الكمبيوتر يجب أن يكون أكبر من الخط المستخدم في الصحافة الورقية، والمتابع لحجم ذلك الخط الأكبر يجده محط خلاف في اختيار حجمه من قبل الكثير من الصحف.

وثمة قاعدة تحكم حجم الخط في المقدمة هي: ضرورة أن تكون المقدمات أكبر من حجم خطوط المتن بمقدار نقطتين، والعناوين أكبر من المقدمات بمقدار نقطتين، وفي هذه الحالة يكون هذا الاختيار موفقاً لكونه يساعد على التدرج البصري للعين من الخط الأكبر إلى الأصغر، مثلما أنها تساعد في تنظيم الصفحة في شكل سلس وجذاب، ويرى بعضهم أنه يمكن تجاوز هذه القاعدة بمقدار نقطة واحدة، فيمكن أن يكون الفارق بين المقدمات والعناوين نقطة واحدة أو ثلاث نقاط وليس أكثر، أما أن توضع بعض العناوين بخط كبير جدا فهذا الإجراء يضايق القارئ؛ لأن القارئ في الصحافة الإلكترونية يسير وفق ما يريد، وليس وفقاً لما تريد الصحيفة، فهو الذي يحدد معيار الأهمية وليس الصحيفة، مثلما أن مساحة الشاشة لا تسمح بالعناوين كبيرة الحجم فهي محدودة بحجم معين.

- [اتساع السطور]:

يمثل طول السطر أحد أصعب الإشكاليات- بعد إشكالية حجم الحرف- التي لا يمكن الحكم بدقة قاعدة مادون سواها، فكل قاعدة تضع لنفسها مجموعة من المعاييروالبراهين والأدلة التي تستدل إليها، ومما يزيد هذه الإشكالية تعقيدا أن هذه المعايير متذبذبة ومتباينة ومتغايرة، فمنها ما يربط بين الإنسان، ومنها ما يرتبط بحجم الحروف وعددها، ومنها ما يرتبط بتباين الشاشة، ومنها ما يرتبط بمستعرضات الإنترنت، ويمكننا في هذا المقام أن نعرض لتلك القواعد وبعض الإشكاليات، وفي ذات الوقت نقس اتساع الأسطر وفقاً لتلك القواعد، وهي:

- قاعدة الثلاث بوصات وحركة العين/ مقابل البيكسل:

ترى هذه القاعدة أن طول السطر المناسب يجب أن لا يزيد عن ثلاث بوصات، محتكمة في ذلك إلى القاعدة الفسيولوجية، التي ترى أن حركة العين تكون في أقوى تركيز لها على طول ثلاث بوصات، وأن القارئ يفقد مسار القراءة إذا ما كان السطر طويلا، إلا أن هذه القاعدة انتقدت نظرا لشدة إجهاد العين

لتركيزها في مجال روية محددة. بينما يرى الاتجاه المؤيد للبيكسل أن طول السطر المناسب هو 365 بيكسل لعرض السطر؛ أي حوالي 3,8 بوصة- عندما يكون تباين الشاشة 800 x 600 - ، وحين لا تلتزم الكثير من الصحف بتطبيق قاعدة الثلاث بوصات أو قاعدة البيكسل، فإن ذلك يعزو لرغبة مصممي الصحف في استغلال أكبر مساحة ممكنة على الصفحة.

- **قاعدة الحروف الأبجدية ونصفها (Alphabet & a Half):**

ترى هذه القاعدة أن طول السطر المناسب هو عدد حروف اللغة بالإضافة إلى نصف هذا العدد، فبالنسبة للحروف الإنجليزية عدد الحروف المناسبة هو 39 ؛ أي (26 + 13) ، إلا أن هذه القاعدة تفقد أهميتها لأنها لا تركز إلى سبب علمي في تحديدها، علاوة على ذلك فإن حجم هذه الحروف قليل العدد ولا تدعمه دراسات أخرى.

- **قاعدة عدد النقاط - 2**

اعتمدت هذه القاعدة على ثبات عدد الحروف التي تعرض للقارئ على الشاشة، فقد رأت أن طول السطر المناسب يعتمد على حجم الخط بالنقطة، ووضعت لذلك صيغة هي: ضرب حجم الحرف بالنقطة x 2، فإذا كان حجم الحرف 12 نقطة، فالطول المناسب هو 24 نقطة، وإذا ما كان حجم الحرف 30 فطول السطر المناسب 60 وهكذا

- **قاعدة عدد الكلمات:**

لقد تبنى هذه القاعدة عدد كبير من الباحثين، إلا أنهم قد اختلفوا حول عدد الكلمات المناسبة في السطر، فمنهم من رأى أن عدد الكلمات المناسب من عشر كلمات إلى اثنتي عشرة كلمة في السطر؛ لأن ذلك الإجراء يسهل على العين إيجاد السطر التالي، ويسمح بمنع ما يسمى الزيغ البصري (Optical Aberrant-). في حين رأى اتجاه آخر ضرورة ألا يزيد عرض الأسطر من ثمان كلمات إلى 15 كلمة في السطر على الأقل ، وعلى الرغم من اختلاف

الاتجاهين إلا أنه يمكن القوال أن الاتجاه الأول يضع العدد المثالي لطول السطر، في حين يضع الاتجاه الثاني عددا محددا يجب أن لا يتعداه طول السطر قصرًا أو طولاً.

- **قاعدة عدد الحروف:**

يبدو حين نستعرض القواعد السابقة نجد أن قاعدة عدد الكلمات تتناسب مع قاعدة عدد الحروف بالتقريب، فقاعدة عدد الحروف ترى أن طول السطر المناسب يقع بين خمسين وثمانية وسبعين حرفا، فلاستمرارية القراءة يجب أن لا يقل عدد الحروف عن خمسين حرفا للسطر الواحد ولا يزيد عن ثمانية وسبعين حرفا، وقد رأت هذه القاعدة أيضًا أفضلية عرض مجموعة من السطور الطويلة عن عرض مجموعة من السطور القصيرة على الشاشة، كما رأت عدم استخدام الأعمدة المزدوجة في عرض النصوص؛ أي عدم تقسيم الصفحة إلى أعمدة.

النص القيادي (Leading Text):

النصوص القيادية هي النصوص المكتوبة بخط كبير – مثل العناوين والمقدمات- والتي تقود القارئ إلى المتن، وهي كما يأتي:

العناوين وأنواعها:

ويمكن تقسيم العناوين في الصحف الإلكترونية بصفة عامة إلى نوعين رئيسين هما:

(1/1) العناوين الثابتة:

وهي العناوين التي لا تتغير من عدد إلى آخر، أو من تحديث لآخر، وتستخدمها الصحف الإلكترونية في عرض أبوابها الثابتة، وعادة ما تضعها الصحف على شكل عناوين تتلو بعضها بعضا من الجهة اليمنى التي تبدأ فيها الكتابة من جهة اليمين، ومن الجهة اليسرى في الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من الجهة اليسرى.

وقد تختلف الصحف بوجه عام في تقديم عناوينها الثابتة، فقد تقدم بعضها العناوين الثابتة على شكل أيقونات (Icons) ويعيب هذا النوع أن الأيقونات تعطل

ظهور الصفحة نظرا للمساحة التي تشغلها على الموقع، في حين قد تقدم صحف أخرى عناوينها الثابتة على شكل نصوص.

(2/1) **العناوين المتغيرة:**

وهي العناوين التي تتغير من عدد إلى آخر، أو من تحديث إلى آخر، ويمكن تقسيم هذه العناوين إلى:

- **العناوين الرئيسة:**

وهي العناوين التي تحتوي على مقدمات وتكون مميزة من ناحية الموقع والمساحة، والحجم، فهذه العناوين تكون في صدر الصفحة، كما أنها تشغل مساحة أكبر من غيرها نتيجة لأن الخط المستخدم فيها يكون أكبر خط مستخدم في الصحيفة.

- **العناوين المجمعة:**

وهي العناوين الأقل في أهميتها - من وجهة نظر الصحيفة- لذا فإن الصحيفة تضع هذه العناوين في نهاية الصفحة وراء بعضها بعضا، دونما تمييز من ناحية الموقع أو المساحة أو الحجم.

- **العناوين الفرعية:**

وهي العناوين الثابتة للعناوين الرئيسية وتكون عادة ذات نص فائق إلا أن حجمها عادة ما يكون صغير يصل إلى حجم النص المستخدم في عرض الموضوع، أو الخبر أو أقل منها، ويظهر هذا النوع بوضوح في الصحف.

- **المقدمات:**

تزايدت أهمية المقدمات مع الصحافة الإلكترونية، فالقارئ في الصحافة الإلكترونية يكتفي بتصفح العناوين والمقدمات، بيد أن الصحف الإلكترونية تتجاهل التقديم الجمالي والشكلي للمقدمات، وربما تكتفي بكتابتها بنفس خط المتن الأصلي، وهذا ما تبنته بعض الصحف العربية والعالمية، وقد اهتمت بعض الصحف بالمقدمات في بعض موضوعاتها وميزتها عن المتون في نوع الخط وحجمه.

الصور وأنواعها:

إن الحديث عن أهمية الصور من الناحية الإخراجية تناولته أبحاث كثيرة سواء بصفة مستقلة أو مفردة له قسط من الأبحاث التي تتناول العناصر البنائية، وبصفة عامة فإن الصور تكتسب أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، وذلك وفقا لاستخداماتها داخل هذا البناء، وعلى ضوء ذلك، يرى الباحث أن الصور التي تقدمها الصحف الإلكترونية تأخذ ثلاثة أشكال من حيث استخداماتها:

أولهما: الصور المعلوماتية والإخبارية: وهي التي تقدم معلومات إلى القارئ، وتتعدد أنواعها وتقسيماتها، فمنها على سبيل المثال: الصور الشخصية والموضوعية، والإيهامية، ومنها أيضا الرسوم التوضيحية المتمثلة في: الرسوم البيانية، والخرائط، والأشكال التوضيحية، والرسوم الساخرة.

ثانيهما: شعار الصحيفة، وهو الذي يقدم شخصية الجريدة، ويقوم بعملية ربط بصري بين القارئ والصحيفة، يتم دراسة هذا النوع في الفصل الأخير من الدراسة والخاص بالتصميم.

ثالثهما: الصور كروابط: تستخدم الصحف هذا النوع بدلا من النصوص لتقديم شكل جمالي إلى المستخدم، بحيث يتم دراسة هذا النوع في المبحث الثاني من الدراسة الخاص بالوسائط الفائقة، وأيما كانت استخدامات الصور فهي تؤدي وظيفة أو أكثر من الوظائف التالية، فالصور عادة ما تقوم بأربع وظائف رئيسية هي:

1- الوظيفة التزينية (Decorative) المتمثلة في تقديم الشكل المرئي والتأكيد عليه.

2- الوظيفة التصويرية: (Representational) وهي التي تحتوي على العناصر المذكورة في النص.

3- الوظيفة التنظيمية (Organizational) المتمثل في تصوير العلاقات بين العناصر المذكورة في النص.

4- الوظيفة التفسيرية (Explanative) المتمثلة في توضيح كيفية حدوث الأشياء.

ولا تعنى أهمية الصور الإسراف في استعمالها دونما الارتكاز إلى أسباب علمية وإعلامية، وتقنية تدعم استعمالها، فالإسراف في استخدامها يعصف بالمجهود المبذول في الصحيفة دون وعي ؛ فهناك مجموعة من المعايير التي تحكم وضعية الصور داخل صفحة الويب، وهذه المعايير ترتبط بنوع الصور، وحجمها، ومساحتها، وموقعها على الصفحة، وهي كما يأتي

أ) نوع الصورة:

تتحكم دقة الصورة، والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الإنترنت؛ لهذا لا بد من تناول دقة الصور ألاً وكيفية قياسها، ثم نعرض لأنواع الصور التي تستخدمها صفحات الويب بصفة عامة وصفحات الصحف الإلكترونية بصفة خاصة.

تقاس دقة الصورة بالبيت (Bit) ويسمى أحيانا عمق البيكسل (pixel Depth) أو وضوح البيت (Bit Resolution)، والمراد بها عدد الألوان المتاحة في بيكسل الصورة المعروضة، فعلى سبيل المثال البيكسل ذو العمق الواحد يحتوي على قيمتين من الأسود والأبيض، والبيكسل ذو الثمانية أعماق يحتوي على (256) قيمة لونية، والبيكسل ذو الأربعة والعشرون بايت يحتوي على16,777217 لون.

ووفقا لهذه الألوان هناك ثلاثة أنواع من الصور التي تعرضها الإنترنت وهي:

- **صور (Gif):**

هي اختصار (ange For math Graphic Interne)، وهي رسوم يمكن أن تعمل على كل أنظمة التشغيل، وتم اختراعها من قبل شركة (CompuServe)، وبفضل تقنيات الضغط فإن رسوم (GIF) ملائمة جدًا للرسوم التي لها شرائط أفقية للألوان أو مساحات كبيرة من ألوان متماثلة؛ لذا فإن هذا

النوع من الصور مفيد جدا للافتات (Banners) والأزرار والرسوم التوضيحية، بيد أن قلة الألوان المستخدمة في هذه الصور جعلها مناسبة للرسوم فقط، ولا تصلح للصورة الفوتوغرافية فهي تحتوي على256 لونا فقط، وتتميز هذه الصور بتدعيمها لخاصية الشفافية ؛ لذا تصلح أن تكون خلفيات.

- صور (JPEG)

هي اختصار (Joint photographic Exports Group)، وهي الحروف الأولى لاسم المنظمة التي أنشأت التنسيق، وعلى الرغم من أن صور (JPEG) تستخدم بمعدل أقل من (GIF) على الويب إلا أنها تستخدم للرسوم المعقدة والرسوم الكبيرة، وهي لصيقة الصلة بالصور الفوتوغرافية. فهذه الصور يمكنها أن تستوعب حوالي 16,777216 لون ؛ لذا فهي تصلح للصور ذات الجودة العالية والصور المراد إظهار تفاصيلها بدقة.

- صور (PNG)

هي اختصار(Portable Net Work Graphic)، هناك نوعان من الصور (PNG) النوع الأولي: يحتوي على ب8 بيت؛ أي 256 لون، فهذا النوع يشترك مع صور (GIF) في قلة احتواء الصور على الألوان، أما النوع الثاني فيحتوي على 24 بايت ؛ أي 16,777216 لون، وهذا النوع يشترك مع صور(JPG) في احتوائه على عدد كبير من الألوان، ويتميز النوعان بمقدرتهما على تدعيم الشفافية، إلا أن بعض المستعرضات لا تدعم هذا النوع من الصور حاليًا، ولعل هذا العيب يرجح كفة أية ميزة صغيرة تتميز فيها ملفات(PNG) على ملفات (GIF).

حجم الصور:

يتحكم نوع الصور في حجمها، فالصور من نوعية (Gif) أقل من حجمها من الصور التي من نوعية (PNG) و(JPG) نظرا لأنهما يحتويان على ألوان أكثر، وثمة علاقة وثيقة بين حجم الصور وتحميل صفحة الويب، فكلما كانت

الصفحة تحتوي على صور كبيرة الحجم، أو صور كثيرة العدد أخذت الصفحة فترة طويلة في التحميل والعكس صحيح.

ونظرا لأهمية حجم الصور في صفحة الويب فلم يبعد عن أعين خبراء التصميم وضع قاعدتين تحكمان حجم الصور، الأولى خاصة بالصور المفردة، والثانية خاصة بحجم الصور الإجمالي في الصفحة، وهما كما يأتي:

القاعدة الأولى: يجب ألا يزيد حجم الصورة المفردة عن 25 إلى 50 كيلو بايت، وعلى الرغم من تسامح هذه القاعدة، إلا أن هناك من رأى ضرورة أن لا يزيد حجم الصورة المفردة عن ثلاثين كيلو بايت، وهناك رأي ثالث رأى ضرورة أن لا تزيد عن 35 كيلوبايت، ولكننا يحبذ بعض الباحثين الرأي الأول ؛ لأن تحديد حجم الصورة بمقدار 30 كيلو بايت يحمل الصورة تقلل من تفاصيل من تفاصيل جوهرية ترى الصحيفة ضرورة عرضها.

القاعدة الثانية: يجب ألا يزيد حجم الصور في الصفحة عن مائتين كيلو بايت، ولتطبيق هاتين القاعدتين على الصور الموجودة في الصحف الإلكترونية يجب أن نفرق أولا بين الصور الثابتة التي تستخدمها الصحف في تزيين صفحاتها أو تثبيت أركان صفحاتها، وبين الصور المتغيرة من عدد إلى آخر والتي تستخدمها الصحف في تقديم الأخبار والمعلومات الجديدة، فيجب أن تقلل الصحف من الصور الثابتة لتفسح المجال أمام تحميل الصفحات بسرعة هذا من زاوية ومن زاوية أخرى، فالصحف ليست ساحة لتقديم الشكل الفني، ولكنها ملزمة برسالة إعلامية تؤديها من وراء هذا الشكل.

وعليه فإنه كلما زادت الصور الثابتة التي تعرضها الصحيفة من عدد إلى آخر قلت بالتبعية سرعة تحميل الصفحة منتهكة القاعدة الثانية الخاصة بضرورة أن لا تزيد حجم الصور عن 200كيلو بايت.

مساحة الصورة:

يقصد بمساحة الصورة المساحة التي تشغلها الصورة في الصفحة، ويشار إليها عادة بالطولx العرض، ويتم تحديد مساحة الصورة بناء على المعلومات التي تحتوي عليها

الصورة، فإذا كانت الصورة تحتوي على تفاصيل دقيقة تأخذ مساحة كبيرة، بينما إذا كانت لا تحتوي على تفاصيل ذات قيمة فإنها تأخذ مساحة صغيرة.

ولقد وضع علماء التصميم مقياس لحجم الصورة حتى لا تبطئ تحميل الصفحة على الإنترنت من زاوية، ولكي تكون ذات وضوح مقبول من زاوية أخرى، وقد تم تحديد المقياس بالبيكسل (الطول بالبيكسل x العرض بالبيكسل = المساحة) بحد أقصى 25,000 بيكسل مربع، وعليه فإن الصور التي طولها 178 بيكسل x 140 بيكسل عرضا، والصور التي طولها 160 بيكسل x 156 بيكسل عرضا تعدان من أفضل الصور.

غير أن هذه المساحة من وجهة نظر بعض الباحثين تخضع لمعايير نوع الصورة التي تعرضها الصحف الإلكترونية، وقد تم تقسيم الصور التي تعرضها الصحف الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع هي:

أولها: الصورة الصحفية: هي التي تحتوي على صورة شخص واحد فقط.

ثانيها: الصور الموضوعية، هي التي تجسد موضوعًا ما وتعبر عنه وقت حدوثه.

ثالثها: الصورة الإيهامية (Thumbnail) من الصور الصغيرة التي يصل حجمها إلى حجم إحجام إصبع اليد.

وعليه فإن كل نوع من الثلاثة يختلف في المساحة التي يشغلها على الصفحة؛ فالصور الشخصية تشغل مساحة صغيرة، وتأخذ شكلا رأسيا في أغلب الأحوال، بينما الصور الموضوعية تشغل مساحة كبيرة وتأخذ شكلا أفقيا في أغلب الأحيان، أما الصور الإبهامية فإنها لا تركن إلى شكل ثابت، فيمكن أن تكون شبه دائرية الشكل أو مستطيلة الشكل أو مربعة الشكل.

الوسائط الفائقة (النص الفائق):

يبدو قبل الخوض في النص الفائق (Hypermedia)؛ فالنص الفائق مع الوسائط المتعددة (Hypermedia)، فالنص الفائق مع الوسائط المتعددة (Multimedia) وهي: (النص، والأشكال الجرافيكية، والرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو) يسمى الوسائط الفائقة.

ومثلما أن كلمة النص الفائق تستخدم مترادفة الآن مع كلمة الوسائط الفائقة؛ ويرجع ذلك إلى أن المضمون لا يصنع من النص فقط، بل يصنع أيضا من الصور والرسوم الجرافيكية، ووصلات الصوت والفيديو.

فمفهوم الوسائط الفائقة إذن لا يحتوي على النص فقط، إنما ينصرف إلى الوسائط المتعددة، في حين يرتبط مفهوم النص الفائق بالنص فقط، لذا فالنص الفائق في بنائه الهرمي تابع للوسائط الفائقة، ويمثل شكلا من أشكالها، وقد دفع هذا التصور بعضهم إلى القول بالرسوم الجرافيكية الفائقة (Hyper graphic) على غرار الوسائط الفائقة.

يخاطب التزاوج بين النص الفائق والوسائط المتعددة – طبقا للمدخل المهجن – تعدد الحواس (Multisensory)، مما يؤدي بالتالي إلى تعدد الوظائف التي تؤديها تلك الوسائط، فمن خلال الربط بين النص الفائق ووصلات الصوت يتم مخاطبة حاستي البصر والسمع، ومن خلال التزاوج بين وصلات الفيديو والنص الفائق يتم مخاطبة حاستي السمع والبصر.

أولاً- ماهية ومفهوم النص الفائق:

لقد اقتفت التكنولوجيا الحديثة أثر المخ البشري في طريقة تفكيره، فالنص الفائق هو طريقة اكتشاف الأفكار المترابطة، فإذا ما نظرنا إلى أفكار الإنسان،فنجد أنه ليست هنالك أفكار منفصلة تماما، فالذاكرة مرتبطة بمذكرات أخرى، والنص الفائق هو كيف نتذكر الأشياء، فعندما نوضح شيئا جديدا فإننا نشير إلى شيء مشابه له فنستخدم الإشارة والتشبيه في توضيح معانينا.

ولتقريب ذلك يمكن ضرب مثال من واقع الحياة، فإذا ما كنت في محادثة وسألك شخص ما أن توضح ما تقول، تصمت وتتفرع وتتشعب في أفكارك وعندئذ ربما تعود أو لا تعود إلى الموضوع الأصلي، والفرع الجديد الذي بدأته ربما يكون مسلكًا آخر مختلفا عن المحادثة.

فالنص الفائق هو طريقة صدى تفكيرنا في النص، فإننا نفكر بطريقة خطية، إننا نفكر من خلال الخيارات والبدائل، بينما يبنى النص الفائق من خلال

المرجعيات والارتباطات والتوضيحات التي استخدمتها في التفكير، فالنص الفائق أكثر من نظام إضافة هامش، فهو يسمح بكل الاستطرادات، والمناقشات، والتوضيحات التي تثبت في النص الأصلي .

تعددت المفاهيم والتعريفات التي أطلقت على النص الفائق بدءًا من تيد نيلسون (Ted Nelson) الذي صك مصطلح النص الفائق في الستينات من القرن المنصرم، الذي كان متأثرا بالمصطلحات الرياضية حيث تعني السابقة (Hyper) النص الموسع أو العمومي "extended and generalized "

أي النص الممتد عبر نصوص أخرى بدون تتابع.

وقد عرفه تيد نيلسون بأنه "الكتابة غير الخطية، والتي يتفرع من خلالها النص سامحا للقارئ بالاختيار، وأفضل قراءة له من على شاشة تفاعلية، وبصورة مبسطة، أنه سلسلة من نصوص كبيرة متشابكة عن طريق روابط تعرض للقارئ مسارات مختلفة" .

في حين رأى اتجاه آخر- يمثله أتباع قليلون – أن جذور هذه الكلمة تعود إلى علم الفيزياء حيث تعني السابقة (Hyper) فوق أو أعلى (Over or Above)، وقد استخدمت في بدايات القرن العشرين لتصف نوعا جديدا من الفضاء عرفه ألبرت آينشتاين في نظرية النسبية بالفضاء الجديد (Hyperspace) وهو الفضاء الذي يرى بطريقة جديدة؛ لذا فهي تعني مع النص: النص الجديد أو الطريقة الجديدة التي يدرك بها النص ، وهذا الاتجاه يرى أن أصول الكلمة فقط هي التي تعود إلى ألبرت آينشتاين، أما استخدام الكلمة فيعود إلى تيد نيلسون.

وبعد الجذور التاريخية للمصطلح ذهب كل كاتب أو باحث يتناول النص الفائق إلى طرح تعريف له يناسب توجهه البحثي، أو رغبة منه في عدم تبعية تعريف معين مما أدى إلى ظهور مئات التعريفات والمفاهيم، التي تدور حول المعنى التاريخي أو تضفي عليه مسحة من البلاغة، ولا تقدم جديدا في حد ذاتها.

وقد عُرف النص الفائق بالشكل السردي (narrative) غير الموجود حتى ينتجه القراء من خلال سلسلة من الاختيارات طبقا لرغباتهم واهتماماتهم، وعرف

بأنه الطريقة غير الخطية (non- liner way) لتقديم المعلومات، وهذا التعريف أكثر التعريفات انتشارا مستقيا انتشاره من توافقه مع تعريف تيد نيلسون، كما عرف النص الفائق بأنه الكتابة غير التتابعية.

وبناء على هذه التعريفات شبه المتقاربة يمكن التفرقة بين الروابط الخطية (التتابعية، والسردية) وغير الخطية، كما عرف النص الفائق بأنه توليد الحواشي؛ لأن الحواشي تربط القارئ بمصادر المعلومات التفصيلية، كما عرف بأنه قاعدة بيانات لها إسنادات ترافقية (Cross referencing) نشطة تسمح للقارئ بالقفز إلى أجزاء أخرى من قاعدة البيانات حسب رغبته، وعرف بأن النص المؤلف من كتل من الكلمات والصور المرتبطة إلكترونيا من خلال مجموعة من المسارات غير محددة النهاية.

ثانيًا- بنية النص الفائق وتكسيره:

يتكون نظام النص الفائق من الوصلات Nodes (المفاهيم) والروابط Links (العلاقات)؛ حيث تمثل الوصلات مفهومًا أو فكرة؛ فيمكن أن تحتوي على أحد النصوص، أو الرسوم الجرافيكية، أو الصوت أو الفيديو؛ فهي تمثل الأشكال التي تحمل معلومات دلالية (Semantic Information)، وترتبط هذه الوصلات بوصلات أخرى عن طريق الروابط، فيمكن أن تكون الروابط ثنائية الاتجاه (Bi-directional) وهذا ما يسهل عملية الارتداد الخلفي؛ أي الرجوع إلى نقطة البدء، ويمكن أن تبنى بناء مركزيًا من الأعلى إلى الأدنى.

ويمكن التحدي الحقيقي أمام الوسائط الفائقة في كيفية إنشاء روابط بين المعلومات المختلفة، التي تمثلها الوسائط المتعددة، وكيفية بناء أروقة دخول وخروج بين هذه المعلومات تكفي لبناء شبكة العلاقات بينها؛ فإذا ما مثلنا الوسائط الفائقة بالبناء فإن كل دور يحتوي على العديد من وحدة معلومات، ووحدات المعلومات هذه تحتوي على العديد من الوسائط المتعددة في كل وحدة معلومات.

تكسير النص:

يجب على الصحف الإلكترونية أن تقوم بتكسير النص على شاشات متعددة، لأن القراءة من على شاشة الكمبيوتر أبطأ من القراءة على الورق بنسبة 25% لهذا يجب أن تقل المادة النصية المقدمة للقارئ بحوالي 50٪، فالقارئ لا شعوريا يمعن النظر في بعض الكلمات والجمل والفقرات، بينما يقفز فوق عبارات وفقرات كثيرة دونما أن يعيرها أدنى انتباه؛ فالتصفح (Scanning) هو سمة الإنترنت عوضًا عن القراءة.

يتفق أغلب الدارسين والمهتمين لهذا الموضوع بأفضلية النص الفائق عن النص السردي في تقديم الأخبار، **وقد عللوا اتفاقهم هذا بالأسباب الآتية:**

1- رأى بعض الأغلبية أن النص الفائق يسهم في تحديد الموضوع الذي يريد أن يطلع عليه القارئ بدقة.

2- رأى آخرون النص الفائق يسهم في تقسيم القصص الإخبارية بحسب الموضوعات الفرعية المتناغمة مع احتياجات القارئ الفكرية.

3- ويرى آخرون أيضًا وهم غالبية أن النص الفائق يمكن أن يضيف معلومات كثيرة للقارئ، يعجز النص السردي (التقليدي) عن تحملها.

ومن ناحية أخرى لم يعول باحثون آخرون على النص السردي في تقديم الأخبار والقصص الإخبارية، حيث رأوا أنه لصيق الصلة بالصحافة الورقية من زاوية، كما أنه لا يتواءم مع طبيعة الأحداث المتلاحقة من زاوية أخرى، فالصحافة الإلكترونية بما لديها من ميزة التحديث الفوري، تحتاج إلى النص الفائق، الذي يقدم مسارات مختلفة يمكن أن يسلكها القارئ وهو يطلع على الخبر أو القصة الإخبارية.

وثمة عيبين للوثيقة السردية الطويلة، **أولهما**: أنها تأخذ فترة طويلة في التحميل، وعليه فالقارئ يجد صعوبة في القفز بسرعة بين الصفحات والعودة مرة أخرى. **وثانيهما**: صعوبة سحب الوثيقة لأسفل لاستكمال النظر إلى باقي الموضوع،

ثم سحب الوثيقة مرة أخرى لأعلى للرجوع إلى البداية لاستكمال الموضوع أو الانتقال إلى جزئية أخرى؛ ولهذا يجب تقسيم النص إلى نصوص صغيرة عن طريق تجزئة المعلومات إلى وصلات متعددة.

وقد وضعت مجموعة من المقاييس لهذا التقسيم، فعند تقسيم الموضوع أو المثال إلى أجزاء فإن القارئ يتجه إلى الجزء المناسب له وهذا التقسيم له شرطان :

1. ضرورة أن يركز كل جزء على فكرة أو حدث أو وصف أو مشكلة؛ أي أن يكون كل على عنصر قائما بذاته.
2. يجب أن لا يكرر هذا الجزء من المقال مرة أخرى.

فكل جزء من المقال يكون متوسطه مائتين وخمسين كلمة، وبعض الأجزاء أو العناصر يمكن أن تكون طويلة لتصل إلى ثلاثمائة وخمسين كلمة كحد أقصى، وبعضها قد يكون قصير ليصل إلى مائة وخمسين كلمة كحد أدنى.

ثالثًا- نظرية النص الفائق:

تقيم هذه النظرية علاقة ثلاثية محورها النص، وطرفيها المحرر (المؤلف / الكاتب/ الصحفي. .) والقارئ، وتطرح هذه النظرية ثلاثة أسئلة، أولها: ما هو دور المحرر في صنع النص بصفة عامة، والنص الفائق بصفة خاصة؟، ثانيهما: ما هو دور القارئ في النص الفائق ؟ ثالثهما: ما هي علاقة كل من المحرر بالقارئ ؟ بيد أن الإجابة على هذه التساؤلات الثلاث من التشابك لدرجة يصعب معها الفصل بين بداية إجابة تساؤل ونهايته وبداية إجابة تساؤل آخر، كما أن هذه الإجابات لا تخلو من النزعة الفلسفية، علاوة على ذلك فإن المنظرين الذين تناولوا تلك النظرية اختلفوا في توجهاتهم حيال حرية كل من المحرر والقارئ في التحكم في النص الفائق، وطرح كل هذه التناقضات والإشكاليات ومحاولة الفصل بينها يخرج البحث عن مساره من زاوية، ويدخله في إشكالية القارئ بين الإخراج الإلكتروني والكتابة الإلكترونية من زاوية أخرى، ولكن الذي يهم المخرج من هذا الموضوع

هو المسلك الذي يسلكه القارئ، فمهمة الإخراج الإلكتروني تبدأ من دخول المستخدم الموقع إلى خروجه منه، علاوة على ذلك فحرية الكاتب/ المحرر مسؤولة أمام المخرج فلا يحق للكاتب أن يُخرج القارئ من موقع الصحيفة وراء معلومات قد تكون متاحة على موقع الصحيفة.

وفيما يلي نعرض بإيجاز في هذا المقام للعلاقة الثلاثية، بما يلي:

أ- النص الفائق والقارئ:

يقدم النص الفائق للقارئ العديد من المزايا غير الموجودة في النص السردي، فهو يسمح له أن يضع نفسه في الحياة الواقعية، فمن خلال النص الفائق يستطيع القارئ أن يحكم على طبيعة الأشياء، ولا يحتاج إلى وجهة نظر، فالأحداث بتجسيدها التاريخي والمكاني متواجدة أمامه من خلال تقنية الواقع الافتراضي.

ومثلما أن النص الفائق يشجع القارئ على استخدام معارفه وخبراته السابقة لتقوده خلال النص؛ فهذه المعارف وتلك الخبرات السابقة تكون بمثابة ستارة خلفية لرغبات القارئ؛ وهذه الرغبات تساعده على اختيار طريقة خلال النص، لهذا القارئ غير مقيد بإتباع تنظيم معين مفروض من قبل الكاتب.

فطبيعة النص الفائق لا تجعل القراء يسلكون نفس المسلك في قراءة نفس الموضوع، مما ينجم عنه اختلاف فهم القراء للقصة الإخبارية الواحدة وفقا للمسلك الذي يسلكه كل قارئ؛ فمنهم من يكتفي برابطة واحدة ليقرأها، في حين يود آخر أن يسلك رابطتين أو ثلاث.. الخ، مما ينجم عنه اختلاف فهمهم لنفس القصة وفقا للروابط التي يزورونها، وبالطبع هذا لا ينفي دور الاختلافات الفردية المتمثلة في الوضع الديموغرافي والثقافي والأيديولوجي.. الخ، لكنه يضيف إليها دور النص الفائق.

لقد تغير دور القارئ في النص الفائق، فيمكن له في بيئة النص الفائق المتقدمة أن يضيف روابطه الخاصة من خلال المنتديات التي تعد ساحة للحوار العام بين القراء والكتاب فمن خلالها يمكن أن يضيف معلومات عن وجهة نظره حيال موضوع ما رابطا موقعه بموقع الصحيفة، وهذا الاتجاه يسمي المؤلفين المشاركين (co- authors)، فلكل قارئ الحق في أن يضيف إلى الموقع معلومات تؤيد وجهة

نظره، كما من حق الآخرين أن يضيفوا معلومات تؤيد وجهات نظرهم، وهنا يصبح القارئ كاتبا للنص.

ب النص الفائق والكاتب:

في الكتابة التقليدية (الخطية / السردية/ المتابعة) يختصر الكاتب من مقالة كمية كبيرة من المعلومات، بيد أنه في الكتابة الإلكترونية يكتشف أنه مضطر لتقديم معلومات إضافية؛ وذلك لكي يكمل القصة بكاملها، فالمساحة غير المتناهية تعمق الالتزام الأخلاقي لدى الكاتب بطرح كل ما لديه من معلومات حول الحدث، وعلاوة على ذلك فالكاتب ملزم أن يقدم كمية كبيرة من المعلومات لتعدد مستويات القراءة أمامه، وبالتالي تعدد المسارات التي يمكن أن يتبعها أي قارئ.

ففي الكتابة التقليدية يبني الكاتب كتاباته في ترتيب محدد بداية ووسط ونهاية، وهذا الترتيب يعطي الكاتب الكلمة الأخيرة في سيطرته على النص، بيد أن كاتب النص الفائق لا يستطيع أن يفرض على القارئ مسارا معينا يتبعه خلال النص، ولكن يظهر دوره فقط في ترتيب الروابط التي يسلكها القارئ، فالكاتب يقرر أي جزء من القصة يري أولا، بالإضافة إلى الروابط التي يمكن أن يتبعها القارئ، وهذا المبدأ يطبق على كل صفحات النص الفائق.

ج العلاقة بين القارئ والمؤلف:

دعا ظهور النص الفائق المنظرين إلى طرح سؤالين مهمين دارت حولهما مجادلات ومناقشات عديدة، هما:

الأول: هل يعد ظهور النص الفائق إشارة إلى اختفاء دور المؤلف ؟

الثاني: هل ميلاد القارئ مع ميلاد النص الفائق يودي بحياة المؤلف ؟

لقد طمس النص الفائق الحدود بين القارئ والكاتب؛ ولذلك فرق رولند بارثرز (Roland Barthes) بين نوعين من النص: النص القارئ (Readerly)، والنص الكتابي (Writerly) – يبرز هذان المصطلحان للتفرقة بين الكتابة المطبوعة والكتابة الإلكترونية- ؛ فالنص القارئي: هو النص الذي يجبرنا أن نقرأ بشكل

نسبي (مثل النص الكلاسيكي Classic text) وهو نوع من قراءة النص، أما النص الكاتبي: فهو النص الذي يدعونا إلى التعاون في إنتاج المعنى (مثل النص العصري Modernist text، وهو نوع من قراءة النص أيضا.

فالكاتب في النص الفائق لا يضمن أي الروابط التي قد يتبعها القارئ في إبحاره عبر النص؛ إنما يخضع ذلك لعامل الخبرة والعامل المعرفي لدى القارئ، ويمكن تقريب ذلك بمثال من واقع الحياة: فالقارئ الذي يدخل مكتبه ما لا يعرف عن توجهه شيء سوى أنه يقرأ، فيمكن أن يقرأ معلومات سياسية واقتصادية أو دينية .. الخ.

إن الكتّاب في العصر الإلكتروني يجب أن يقوموا بدور الأموات عوضا عن الموت الحقيقي، فيجب أن يعطوا القارئ خيارات عديدة داخل النص، ويجب عليهم أن لا يملوا عليه طريقة معينة يتبعها في قراءته للنص، فحرية القارئ تتحقق من خلال السيطرة على الكاتب، أو الحد من حريته المطلقة في تحديد مسار القارئ في القراءة.

رابعًا- وظائف النص الفائق ومعاييره:

يقوم النص الفائق بالعديد من الوظائف بالنسبة لكل من المخرج والقارئ والكاتب والنص- هذه الوظائف تعج بها مواقع الإنترنت لذا لا داعي لطرحها هنا ونكتفي بإجمال وظائفها- ، فهو يقوم بتمديد المساحة أمام المخرج من زاوية، ويقوم كذلك بتنسيق تلك المساحة عن طريق تقسيمها إلى مساحات فرعية مترابطة، أما بالنسبة للقارئ فهو يسهم في تنسيق معارفه من ناحية، ويجعله مشاركا فاعلا في صناعة النص من ناحية أخرى.

وهناك العديد من المعايير التي وضعها علماء التصميم والاتصال والمعلوماتية لكي يكون النص الفائق متواكبا مع اهتمامات القراء، ونعرض فيما يلي لنوعين فقط من أشهر المعايير التي قدمها الكتاب من ناحية، ومن ناحية أخرى تتضمن العديد من المعايير التي نشرت فيما بعد وروعي في عرضها الترتيب الزمني، وهما كما يأتي:

أ/ معيار ريت وبارتيسا (Patricia & Wright: 1991):

وضع كل من ريت وبارتيسا خمسة معايير لتقييم النص الفائق وهي:

- مقدرة النص الفائق في التعبير عن المضمون بدقة.
- رضا القارئ عن النص الفائق وارتباطاته من حيث كمية المعلومات.
- تكيف القارئ مع النص الفائق في تناوله من حيث السهولة.
- مهارات القارئ كمستخدم للمعلومات المتعلقة باستخدامه للنص السردي وكيفية مواءمته مع الشكل غير الخطي.
- تكاليف الإنتاج والنشر.

ب/ معايير برجر ومندي (Berger & Mindy: 2002):

وضع كل من برجر ومندي عشرة معايير لتقييم النص الفائق هي:

- إعطاء المستخدم خيارات عن طريق عرض أكثر من رابطة في الصفحة الواحدة.
- عدم استخدام جمل متشابهة في ربط صفحات مختلفة (على سبيل المثال" من نحن who we are " تربط المستخدم بالقائمتين على الصفحة، " وعنا about us " تربط المستخدم بخدمات الشركة.
- إذا ما ربطنا نفس الشيء أكثر من مرة في صفحة واحدة نستخدم نفس النص، أو الرسوم لكل رابطة.
- إذا لم تصنع دليلا شاملا فلا تعرض على المستخدم خيارات متشابهة، ويجب أن تكون انتقائية عن طريق اختيار أفضل الروابط الباقية.
- لا تعط المستخدم خيارات كثيرة حتى لو كانت متباينة عن طريق حذف الروابط الأقل أهمية.
- لا تخفِ روابط الصفحات التي يريد أن يصل إليها عدد كبير من المستخدمين (مثل: كيفية ملء الطلبات) ويجب توقع أهداف ورغبات وأسبقيات المستخدم.

- تجنب الروابط الغريبة وغير المتصلة وغير الضرورية، فإنها تضايق المستخدم وتجعل الموقف عديم الفائدة.
- لا تجعل المستخدم يبعد عن الموقع بدون سبب منطقي، فالصفحة التي ترسلها إليه يجب أن تكون متصلة بالموضوع، ولا تشبه شيء من صفحتك أو أي شيء يمكن عمله بنفسك.
- اكتب الروابط بحيث تعطي توقعًا منطقيا عما تتضمنه الرابطة، ويجب أن لا تصنع روابط خادعة أو تحتمل أكثر من معنى.
- لا تستخدم جملة (اضغط هنا) فهي لا تخبر المستخدم بأي شيء.

خامسًا- أنواع النص الفائق:

تنافس المنظرون في تقسيم النص الفائق بحسب طبيعة كل تخصص، فعلماء اللغويات قسموا النص الفائق حسب السياق اللغوي، في حين قسمه علماء المعرفة طبقا للعملية الإدراكية، ولم يقتصر ذلك على اللغويين والمعرفين بل تعداه إلى علماء المكتبات والذكاء الاصطناعي والمعلومات.. الخ كل حسب تخصصه. وهنا يبدو سؤال من خلال سياق هذا التوضيح يحتاج إلى إجابة، ومفاده: هل النص الفائق يتبع الشكل أم المضمون ؟

يبدو أن هذا السؤال يمثل نوعا من الإشكالية التي يصعب الحكم بدقتها مائة بالمائة، إلا أنه يمكننا القول: - بداية- إن النص الفائق في بنائه الشكلي تابع للشكل (الإخراج) أما في بنائه الدلالي فهو تابع للمضمون (فن الكتابة)، كما أن القيام بعملية الإبحار (Navigation) والرجوع إلى صفحة البدء، أو إحدى صفحات المواقع الأخرى يرتبط بالجانب الشكلي على الرغم من طبيعة الاختيار التي يقوم بها المستخدم، والتي تتولد نتيجة القراءة، فعلى مخرج الصفحة إلا يترك المستخدم يفقد مساره في تنقلاته خلال موقع الصحيفة ؛ من أجل ذلك فإننا يمكننا في هذا المقام أن نعرض التقسيم التالي للنص الفائق:

أ- النص الفائق الداخلي Internal Hypertext:

هو النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع يناء على العناوين المقدمة أمامه، وهذا النوع منتشر في كل الصحف الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت وتستخدمه الصحف الإلكترونية في عرض العناوين.

ب/ النص الفائق الخارجي External Hypertext:

يقصد به النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى مواقع أخرى خلاف موقع الصحيفة، لكي يستزيد القارئ من المعلومات حول حدث معين، إلا أنه يعيب هذا النوع إمكانية ترك القارئ لموقع الصحيفة الأصلي، وعدم العودة له نتيجة دخوله موقع آخر في الوقت الذي يترك لدى القارئ انطباع إيجابي عن الصحيفة التي توفر له الروابط التي يريدها.

ج/ النص الفائق المحلي Home Hypertext:

يقصد بالنص الفائق المحلي النص أو الشكل الجرافيكي الذي يسمح للقارئ بالتنقل داخل نفس الصفحة، وهناك نوعان من الروابط المحلية، أحدهما يستخدم في الصفحة الرئيسة(صفحة البدء) ويسمح للقارئ بالتنقل داخل أرجاء الصفحة وتلجأ الصحيفة عادة لهذا النوع لعرض أكبر قدر من المعلومات والأخبار في صفحة بدئها ويكون التنقل هنا لأعلى أو لأسفل، الآخر يستخدم في الصفحات الداخلية ليجعل القارئ يتنقل بين ثنايا الخبر أو القصص الإخبارية وفقا لمعلوماته حولها فيمكن أن ينتقل إلى ربطتين فقط من عشر روابط ويمكن أن ينتقل إلى ثلاث أو عشرة وفقا لمعلوماته ويوفر ذلك للقارئ الوقت ويساعده على تنظيم أفكاره ويكون التنقل هنا بين العنصر المختار وقائمة الروابط الأساسية.

د/ النص الفائق والقوي Factor power & Hypertext:

يقصد به النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى قوى فاعلة في النص مثل الشخصيات العامة من: السياسيين والكتاب، والفنانين والرياضيين . . الخ، ويفيد هذا النص الفائق القارئ في توثيق علاقاته بالقوى الفاعلة من ناحية والاستزادة من معلوماتهم حول أحد الأخبار المهمة من ناحية أخرى، في حين يفيد الصحيفة في إبراز تميزها والتأكيد على قدرتها في ربط القارئ بالشخصيات التي يحبها من ناحية أخرى، ويتم هذا الربط من خلال تقديم مواقع القوى الفاعلة على الشبكة أو من خلال البريد الإلكتروني.

هـ] النص الفائق والقائم بالاتصال Communicator & Hypertext:

يقصد بربط النص الفائق بالقائم بالاتصال خلق أداة اتصال بين القائم بالاتصال والمتلقي عبر النص، ويفيد هذا النوع في تدعيم الصلة بين الطرفين.

أشكال الروابط الفائقة:

هناك شكلان أساسيان للروابط الفائقة التي تستخدمها الصحف الإلكترونية لرابط القارئ بالمواد المقدمة له. أولها: الرسوم الجرافيكية، وثانيها: النص، ولكل نوع من الاثنين المزايا التي تدعم استخدامه، والعيوب الناجمة عن استخدامه، علاوة على ذلك تلجأ الصحف لاستخدام الاثنين معا كروابط فائقة، وفيما يلي هذه الأشكال:

أ] الشكل الجرافيكي:

تستخدم بعض الصحف الإلكترونية الرسوم الجرافيكية كأيقونات لربط صفحاتها المختلفة، فهذه الرسوم تحظى بجاذبية بصرية (Visual Appeal). فأعين الأشخاص تتجذب عادة إلى بقع الألوان، كما أنها تقدم للمستخدم توضيحًا بصريا (Visual Representation) يعرفه كيف يبحر بطريقة صحيحة خلال الصفحات، غير أن استخدام الرسوم الجرافيكية كروابط ينطوي على بعض العيوب، فالعيد من القراء لا يفهمون الرسوم الجرافيكية كروابط، علاوة على ذلك فإن الرسوم الجرافيكية تأخذ فترة طويلة لتحميل الصفحة.

ب] الشكل النصي:

الميزة الأساسية وراء استخدام النصوص كروابط تظهر من خلال سرعة تحميل الصفحة، أما العيب الأساسي في استخدام النصوص كروابط يرجع إلى أنها تشكل نوعا من الإجهاد لعين القارئ خاصة إذا ما كانت هنالك كمية كبيرة من اللون الأزرق منتشرة على طول الصفحة.

ج] الشكل الجرافيكي والنص:

يمزج هذا الشكل بين النوعين السابقين (الجرافيكي والنصي) مكتسبًا مميزاتهما، ومتلافيًا بعض عيوبهما، فهو يتلافى كآبة النص من خلال تقديم الرابط الجرافيكي مصاحبًا للرابط النصي.

وعمومًا إذا ما كان النص الفائق القاسم المشترك بين الكتابة الإلكترونية والإخراج الإلكتروني، فإن لكل نوع من الاثنين الفواصل الدقيقة التي تحدد بداية الاتصال والانفصال بين الاثنين، فالنص الفائق يعتمد عليه اعتمادًا كاملاً في الكتابة الإلكترونية؛ لتنظيم عملية القراءة من زاوية، وإنتاج نص تفاعلي يساعد القارئ على فهم النص والتفاعل معه من زاوية أخرى، أما الإخراج الإلكتروني فينصب تركيزه- من وراء استخدامه للنص الفائق- على كيفية ولوج القارئ عبر النص من ناحية، والحفاظ عليه داخل الموقع، وعدم إفلاته من قبضة الموقع إلى موقع آخر من ناحية أ.خرى.

وإدراكًا لهذا الفارق بين استخدام النص الفائق في الكتابة الإلكترونية والإخراج الإلكتروني تسعى بعض الصحف بحسب رؤيتها في الإفادة من نوعية النص الفائق- إلى مسار القارئ عبر صفحاتها من خلال استخدامها العديد من أنواع النصوص الفائقة، فتجد بعض الصحف قد استخدمت النص الفائق الداخلي بينما قد تجدها أيضا قد تباينت في استخدام النصوص الفائقة الأخرى.

الوسائط المتعددة:

ينصرف مصطلح الوسائط المتعددة إلى كل من:

- الرسوم المتحركة.
- الصوت
- الفيديو.

و تقنية الواقع الافتراضي (Virtual Reality). وهذه الوسائط قد جاءت لتدعم الوسائط التقليدية في النص والصورة.

ولكل نوع من الوسائط المتعددة الثلاث (الرسوم المتحركة، والصوت، والفيديو) مزاياه، ولكن يجمع بينهم عيب مشترك، وهو كبر حجم ملفات الوسائط المتعددة. وهذا العيب يتفاوت في الوسائط الثلاث، فيقل في ملفات الرسوم المتحركة، ويزداد في ملفات الصوت، ويتعاظم في ملفات الفيديو، وتتميز هذه

الوسائط الثلاث بأنها تضفي على العمل الفني (الإخراج) قيمتين: الأولى جمالية تجعل العمل يتلألأ بين ثنائية السمع والإبصار، والثانية نفعية تتمثل في إمداد المخرج بعناصر مساعدة للعناصر التقليدية تساعده في التعبير عن المضمون ببراعة ودقة أكثر من ذي قبل.

غير أن هذه الملفات على الرغم من احتوائها على وسائل إبهار وجذب للانتباه إلا أنها لا يمكن أن تعمل منفردة بدون الحاجة إلى الوسائط التقليدية (الصور والنصوص)، وفي هذا المقام يمكننا أن نعرض الوسائط المتعددة بإيجاز كما يأتي:

أولاً- الرسوم المتحركة:

هي أسلوب عمل لحركة خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور المختلفة، والتي تمر بسرعة فائقة خادعة للعين عن طريق ما يسمى بالخداع البصري، وذلك برؤية هذه الصور متحركة ، معتمدة في ذلك على نظرية بقاء الرؤية على شبكية العين لمدة 1 / 10 في الثانية بعد زوال الصورة الفعلية.

تتعدد تقنيات وبرمجيات صنع الرسوم المتحركة على الإنترنت، فهناك الكثير من لغات البرمجة والبرمجيات التطبيقية التي تتيح لمصمم الصفحة تدعيمها بالرسوم المتحركة، ومنها على سبيل المثال لا الحصر (Mbed, enliven , sizzler , JavaScript , Formation & gif, java ,shockwave, Quick Time).

بيد أن بعض هذه البرمجيات و التطبيقات الجاهزة لا تدعمها بعض مستعرضات الويب، ومنها ما يحتاج إلى دعم برامجي على جهاز العميل، ومنها ما يحتاج إلى برامج أخرى لتشغيلها، ومنها ما يشغل مساحة كبيرة على الصفحة مما يؤدي إلى ملل المستخدم، ومن ثمة إعراضه عن الصفحة.

مثلما أن هناك تطبيقات سهلة الاستخدام وتدعمها معظم المستعرضات، وتشغل مساحة قليلة، ولكن المحك الأساسي في استخدام التطبيقات أو البرمجيات هو الهدف، الذي ينشده مصمم الصفحة، من وراء استخدامه لهذه اللغة، أو تلك، أو هذا التطبيق أو ذاك؛ فالرسوم المتحركة سلاح ذو حدين؛ فإن لم تستخدم في مجالها وموقعها الصحيحين عصفت بمستقبل الصحيفة على الانترنت، فالمستخدم يجد

المعلومات في أكثر من موقع على الانترنت، وهو في الغالب يسعى لتحقيق معادلة الحصول على أكبر كم من المعلومات في أقصر وقت وأسهل طريقة وأقل عناء.

ويمكن للرسوم المتحركة أن تقوم بأدوار ووظائف متعددة في الصحف الإلكترونية، فيمكن أن تمدد مساحة الصفحة أمام المشاهد لتبدو أكبر من الواقع الفعلي، كما أنها تقدم قيمة جمالية للصفحة، وتبث فيها الحركة، بيد أن الصحف الإلكترونية لا تعتمد على الرسوم المتحركة من النواحي الإعلامية.

أما واقع استخدام الرسوم المتحركة في الصحف الإلكترونية فيشير إلى استخدامها في تقديم الإعلانات وهو ما توضحه الأنواع الآتية:

أ]- **أنواع الرسوم المتحركة التي تستعين بها صفحات الويب:** فعلى الرغم من تعدد تقنيات الرسوم المتحركة، إلا أن أكثر هذه التقنيات استخدامًا على الإنترنت هما: تقنية الرسوم المتحركة المصنوعة من ملفات (Gif)، تليها تقنية الرسوم المتحركة من نوعية (Shock wave Flash) والتي تأخذ امتداد (SWF)، ويمكننا أن نعرض لهذين النوعين فيما يلي:

[1- [تقنية (GIF)]:

تعتمد الرسوم المتحركة من نوعية (GIF) على عدد الإطارات (الصور) التي تمر في الثانية الواحدة، ويحتوي كل إطار من تلك الإطارات على فكرة جديدة، قد تكون جديدة في الشكل أو المضمون، ويستتبع زيادة عدد الإطارات زيادة في سرعة النصوص المتحركة من زاوية، وزيادة في حجم الملفات من زاوية أخرى.

تحظى الرسوم المتحركة من نوعية (GIF) بميزتين، الأولى منهما: تدعيم كل المستعرضات تقريبا لهذه الصور سواء أكانت متواضعة الإمكانيات أم عالية الإمكانيات، والثانية: صغر حجم تلك الملفات مقارنة بملفات جافا أبل (Java Apple) ، **يستتبع صغر حجمها سرعة تحميلها على صفحة الإنترنت مما يضفي لها قيمة السرعة، وعدم مضايقة المستخدم في انتظار مشاهدتها.**

[2]- [تقنية (Shock Flash)]:

أصبحت تقنية فلاش التي قدمتها شركة ماكروميديا (macromedia) إحدى أهم وسائل إغناء الويب؛ لما تتيحه هذه التقنية من طرائق مبتكرة وغير تقليدية لإعداد العروض التفاعليةInteractive movies .

ويسمى العرض التفاعلي بهذا الاسم ؛ لأنه يتيح تفاعل المشاهد معه، إذ يستطيع المشاهد – عن طريق الماوس أو لوحة المفاتيح- أن ينتقل كما يرغب بن عناصر العرض وأن يقوم بإدخال المعلومات في النماذج، فضلا عن العديد من العمليات التفاعلية الأخرى.

وتتميز تقنية فلاش بأنها تعتمد على المتجهات (vectors) في تمثيل العناصر وذلك بخلاف التقنيات التقليدية التي تعتمد على مصفوفة نقاط لكل منها لون محدد ، وتقوم تقنية فلاش بتمثيل العناصر بوساطة علاقات رياضية تربط بين النقاط، وعلى سبيل المثال، قد يكون العنصر مستقيما محدد اللون والسمك يصل بين نقطتين، وكما هو واضح في هذا المثال، فإن المستقيم يحتوي على عدد هائل من النقاط التي تربط بينها علاقة رياضية معينة، ويترتب على ذلك اختصار حجم الملف بدرجة كبيرة، إلى جانب الدقة العالية التي نحصل عليها بسبب ربط النقاط بعلاقات رياضية محددة.

تقوم العروض المبنية بوساطة فلاش على ثلاثة عناصر رئيسة:

- **مسرح الحدث (Stage)**: هو المساحة المرئية التي ستجري فيها أحداث العرض التفاعلي، وقد يكون مسرح الحدث نافذة كاملة أو جزءا من صفحة.
- **التسلسل الزمني للعرض (Timeline)**: هو المسار الزمني لتعاقب أحداث العرض التفاعلي، وهو يتكون عن طريق تحديد الصفات الزمنية لكل إطار (Frame) من إطارات العرض التفاعلي النهائي. (هناك أكثر من صفة زمنية لكل إطار منها موقع الإطار على محور الزمن، وعلاقته الزمنية بالإطارات والأحداث الأخرى).

- **الطبقات (Layers)**: تتيح تقنية فلاش تمثيل الأحداث في طبقات متراكبة وشفافة، بحيث تجري مجموعة من الأحداث في زمن واحد وعلى مسرح أحداث مشترك.

ب) قواعد استخدام الرسوم المتحركة:

هناك مجموعة من المحاذير التي يجب أن يراعيها مصمم موقع الصحيفة الإلكترونية في استخدامه للرسوم المتحركة فيجب ألا يضع الرسوم المتحركة في منتصف الصفحة؛ لأن ذلك يؤثر على مجال الرؤية لدى الفرد ويجعله لا يتابع القراءة المستمرة للنص نتيجة لإحساسه بالحركة

بالإضافة إلى ذلك، يرى بعض الباحثين أن ليس من الحكمة أن توضع الرسوم المتحركة في مراكز الانتباه القصوى في الصفحة؛ فالرسوم المتحركة تجبر المستخدم على الإحساس بها نتيجة لما تتضمنه من حركة.

تصلح الرسوم الجرافيكية من شاكلة (Gif) إذا ما كانت هذه الصور أو الرسوم على شكل أيقونات، أو إذا كانت صغيرة جدا، ولكن إذا ما كان هنالك داعيا لاستخدام رسوم كبيرة فلا بد من الاستعانة بالبرمجيات، التي تعمل على جهاز الخادم، والتي اصطلح على تسميتها (plug in) مثل (Java Applets) و (Flash).

ثانيًا- الصوت:

يعرف الصوت من الناحية الفيزيائية بأنه تخلخل في الهواء ينتج عن موجات، هذه الموجات تدرك كصوت في أذن الإنسان، ويجب ملاحظة نقطتين مهمتين عن موجات الصوت الأساسية- شكل رقم (أ)- ؛ الأولى الاتساع (Amplitude) وهو المسافة بين خط المنتصف (الصمت) والخط الأعلى والخط الأسفل لذروة الموجة، وتعني قمة الموجه الصوت العالي، بينما يعني قاعها الصوت المنخفض الثانية: التردد (Frequency) وهو سرعة حركة الموجه (عدد الموجات التي تمر خلال ثانية) والتردد ينتج عنه موجات سريعة تؤدي إيقاع سريع، والتردد الضعيف ينتج عنه موجات بطيئة تؤدي إيقاع بطيء .

أ- تحويل موجات الصوت إلى عينات رقمية:

الموجات التماثلية [Analog Waves]: هي خط مستمر بدون نهاية لاتساع قمة الموجة غير طولها، ولتحويل الموجات التماثلية إلى إشارات رقمية يأخذ الكمبيوتر مقامات لاتساع الموجه عند نقطة محددة في الزمن، وكل مقياس يؤخذ يسمى العينة (Sample,)، وعليه فإن تحويل الصوت التماثلي إلى رقمي يسمى معاينة الصوت.

وعلى مخرج الصحيفة الإلكترونية أن يدرك أنه لا يستطيع أن يتوصل إلى دقة الصوت الأصلي، فيما أن الصوت الأصلي ليس له نهاية لاتساع الموجات فإن الوصول إلى دقة الصوت الأصلي تعد نوعًا من المحال، ولكن يمكن الاقتراب إلى الصوت الأصلي بزيادة عدد العينات التي تؤخذ في الثانية وقيم اتساعها.

تسمى عدد العينات التي تؤخذ في الثانية بمعدل العينة [Sample Rate] والذي يسمى أحيانًا مقدار العينة [Sample Resolution]، وهناك نوعان لحجم العينة هما [8sBit و ,16Bit] ويشيران إلى الزيادة بين قمة وقاع الموجة، فإذا ما كان هناك 8 بيت بين قاع الموجة وقمتها فهذا يعني أن هناك 256 مستوى من بيانات الصوت نصفهما أي 128بيانات سالبة [Negative Data]، والنصف الآخر بيانات موجبة [positive Data]، أما إذا كان هناك 16 بيت بين قاع الموجه وقمتها فهذا يعني أن هنالك 65,536 مستوى نصفها بياتات سالبة تحت خط الصمت ونصفها الآخر بيانات إيجابية فوق خط الصمت.

أما النقطة الأخيرة في تحويل الصوت التماثلي إلى صوت رقمي، هي فنوات الصوت [Sound Channels]، فالصوت يتم تحويله إلى إشارات رقمية إما على هيئة قناة أحادية [Mono]، أو مجسمة (ثنائية) [Stereo]، فالصوت المجسم يأخذ حجما أكبر من الصوت الأحادي، فهو يشغل ضعف مساحة الصوت الأحادي.

ويوضح الجدول الآتي المساحة التي يشغلها الصوت وفقا لمعدل أي عينة.

والجدول الآتي يوضح مساحة الصوت:

معـــدل المعاينـــة الشائع	معـــدل المعاينـــة بالتحديد	حجم الملف الصوتي في الدقيقة	حجم الملف الصوتي في الدقيقـة بالبيـت stereo
S KHz	S KHz	480KHB	960KHB
11 KHz	11. 025KHz	661. 5KHB	1,323MB
22 KHz	22 050KHz	1,323MB	2,646MB
44 KHz	44. 1KHz	2,646	5,80MB

وعليه نجد من خلال هذا الجدول أن عينات الصوت تختلف من حيث حجمها، ويتبع هذا الاختلاف تباين في درجات نقاء الصوت.

أما في ما يتعلق بالألوان الثانوية، فيتم الحصول عليها عن طريق انتقاء أحد الألوان الأساسية ومزج اللونين الآخرين مع بعضهما البعض، كما يأتي:

- اللون الأصفر(ffff00) = (255-255- 0)= الأحمر+ الأخضر – الأزرق.
- الماجنتا magenta (ffooff)= (255-255) = الأحمر- الأخضر + الأزرق.
- السيان cyan (00ffff) = (0- 255- 255)= - الأحمر+ الأخضر + الأزرق.

ثالثًا- الفيديو:

تتبع أهمية ملفات الفيديو – بصفة عامة- من كونها تجسيدًا للأحداث جاعلة المشاهد يعيش مع الحدث وكأنه من مفرداته، بيد أن ملفات الفيديو على الإنترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها من ناحية، وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى، إلا أن هذين القيدين أخذا في الانحسار شيئًا فشيئا، وفقا للبنى التحتية لشبكة الإنترنت، والطريق السريع للمعلومات؛ لكي تقرب سرعة توصيل ملفات الفيديو إلى سرعة البث التلفزيوني.

ثمة نقطتان ترتبطان بملفات الفيديو الأولي: خاصة بالصوت ودرجات نقائه وحجمه ومعاينته، أما الثانية الخاصة بملفات الفيديو فتتمثل في عرض الصور.

العناصر البنائية المساعدة:

العناصر البنائية المساعدة، هي العناصر التي تسهم في إبراز المضمون والتأكيد عليه، فهي لا تحتوي على معلومات في حد ذاتها، ولكنها تكتسب أهميتها من كونها عناصر مساعدة للعناصر البنائية الأساسية في نقل المضمون وتنسيقه من زاوية، والتأكيد على التأثيرات السيكولوجية والفسيولوجية التي يلعب عليها المخرج في إبراز مضمونه على الصفحة من زاوية أخرى، وقد تم تقسيم هذه العناصر إلى نوعين رئيسيين، وهما:

1. الألوان بوصفها عنصرًا مساعدًا يؤكد على التأثيرات السيكولوجية والفسيولوجية المرتبطة بالألوان.
2. الفواصل التي ورثتها الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية، مثل الخطوط، والعناوين، والصور، والألوان، والأرضيات من زاوية، والفواصل التي جلبتها الإنترنت من زاوية أخرى، مثل الإطارات والجداول والأيقونات.

الألوان:

أحدث الكمبيوتر ثورة في تكنولوجيا الألوان فعلّت من دور النظريات السيكولوجية المرتبطة بالتأثيرات النفسية لإدراك الألوان وتأثيرات العجلة اللونية، كما شددت على دور علم البصريات بوصفه العلم الذي يبحث عن راحة الإبصار الذي يهدف من ورائه المخرج أن يظل القارئ يطالع الصحيفة أطول فترة ممكنة، وبوصف علم الفيزياء الأب الروحي للألوان بدء من ألوان الطيف وصولا إلى الطول الموجي لتلك الألوان.

يعرف اللون بأنه "الاستجابة السيكولوجية للمدركات، فهو إحساس وليس مادة، يتكون من رد الفعل الفيزيائي للعين والتفسير الأوتوماتيكي لاستجابة العقل لخصائص طول موجات الضوء عند مستوى وضوح معين "

نماذج إدراك الألوان:

هناك نموذجان أساسيان لإدراك الألوان؛ أحدهما خاص بإدراك الكمبيوتر للألوان، ويسمى نموذج [RGB model]، والآخر خاص بإدراك الأفراد للألوان ويسمى نموذج [HSB model]، ويتم عن طريق نموذج [RGB] عرض الألوان على الشاشة، وبالرغم من اتفاق لغات البرمجة على وجود ثلاثة ألوان أساسية هي: الأحمر والأصفر والأزرق إلا أنها اختلفت في طريقة التعبير عنها بالأرقام.

أما بشأن الألوان الأساسية فيتم الحصول على أي أحد منها عن طريق انتقاء اللونين الآخرين، ويوضح الجدول الآتي كيفية الحصول على تلك الألوان:

جدول يوضح القيمة اللونية للألوان الأساسية:

اللون	الأحمر	الأخضر	الأزرق	اللون الناتج
الأحمر	255	صفر	صفر	أحمر
الأخضر	صفر	255	صفر	أخضر
الأزرق	صفر	صفر	255	أزرق
الأسود	صفر	صفر	صفر	أسود
الأبيض	255	255	255	أبيض

تأثيرات نماذج المجلة اللونية:

تقوم المجلة اللونية بتأثيرات سيكولوجية متباينة وفقًا لترتيب الألوان وفقًا:

الألوان الثلاثية: [Triads Colors]:

هي أي ثلاثية ألوان متساوية المسافات في المجلة اللونية، وهذا يعني أن أي لون من هذه الألوان منفصل على سابقة بثلاثة ألوان، تفيد هذه الألوان في التصميم المعقد، حيث توجد مناطق كثيرة تحتوى على معلومات رئيسية، إلا أنه يجب توخي الحذر؛ لأن هذه الألوان، تنافس بعضها البعض في جذب الانتباه، لذا يجب إبعاد الموضوعات المراد إبرازها عن هذه الألوان.

الألوان التماثلية [Analogous Colors]:

هي الألوان التي لها كنه مشتركة، وتكون تالية لغيرها في عجلة الألوان، مثل: (الأحمر والبرتقالي كالأرجواني)؛ لأنها مشتركة في اللون الأحمر،

وكـذلك (الأزرق والنيلـي والبنفـسجي)؛ لأنهـا مـشتركة في كنـه اللـون الأزرق، والكنه المشتركة تصنع الشعور بالوحدة في التصميم. إلا أنه مع هذه الألوان من الصعب أن نميز موضوع معين عن غيره.

يمكن أن تقوم الألوان التماثلية بتأثيرات سيكولوجية وإدراكية على المشاهد توحي له بأن الصورة أو الرسم الذي أمامه به نوع من الحركة، لأن استخدام أكثر من لون في الصورة أو الرسم يجعل عين المشاهد تتنقل آليًا من لون إلى آخر مشعرة المشاهد بالحركة.

الألوان الدافئة [Warm Colors]:

هي الألوان التي تقع في نصف المجلة اللونية العلوي، وتحتوي على اللون الأحمر ومشتقاته، تشعر هذه الألوان بالدفء والراحة والطاقة، لذا فهي المفضلة في جذب الانتباه، إلا أن الإكثار منها يضعف الصفحة.

الألوان الباردة [Cool Colors]:

هي الألوان التي تقع في نصف العجلة اللونية السفلى، وتحتوي على اللون الأزرق ومشتقاته، تؤدي هذه الألوان إلى الإحساس بالهدوء والسكينة، لذا تصلح أن تكون خلفيات، إلا أنها تنقل انطباعا سلبيا، وربما تتعارض مع قصد الرسالة التي يريد أن ينقلها الموقع.

إن استخدام الألوان الباردة والساخنة معا يولد الإحساس بالفراغ والعمق، حيث تقوم الألوان الباردة بسحب المشاهد بعيدا عن المنظر في الوقت الذي تقوم فيه الألوان الدافئة تجاه المنظر، ويولد المد والجذر هذا الإحساس بالفراغ والمساحة في المنظر.

الألوان المتممة (المكمّلة) [Complementary colors]:

هي الألوان التي تقابل بعضها بعضا في عجلة الألوان، ويتم ذلك عن طريق اختيار لون من عجلة الألوان ثم رسم خط مستقين في الاتجاه المقابل لتحديد اللون المكمل، فعلى سبيل المثال يعد اللون السيان مكملا للون الأحمر؛ لأن اللون السيان يتكون من اللون الأخضر والأزرق، ويعد اللون الأصفر مكملا للون الأزرق.

خصائص وسمات إخراج الصحف الالكترونية:

يرى بعض المهتمين - من خلال اطلاعهم الواسعة على الدراسات ذات الصلة بهذا الموضوع، والمتمثل بعملية إخراج المواقع الإلكترونية وتصميمها، ومن خلال أعمال بعضهم المباشرة في بعض المواقع الإلكترونية- السمات والخصائص التي يؤخذ بها أثناء إخراج وتصميم الصحافة الإلكترونية، وهي كالآتي:

- وضع شعار الموقع، القوائم، في مواقع ثابتة وبالإمكان توقعها.
- التقليل من وجود المساحة البيضاء في القائمة الأساسية.
- استعمال أنواع الحروف العادية أو الشائعة.
- توحيد شكل وحجم حروف النص.
- تجنب استعمال الحروف المائلة (تصعب قراءتها) ووضع خط تحت الكلمات (يمكن الخلط بينها وبين الوصلات Links).
- تجنب النص المطول أكثر من اللزوم.
- اختيار ألوان كل من النص والخلفية على أن يكون الفرق كبير بينهما.
- تجنب إحداث تغييرات بشكل كامل على الألوان في الصفحات.
- اختيار لوحة ألوان آمنة لاستعمال الزائر.
- تجنب استعمال الخلفيات ذات النسق الشبكي، لأن ذلك يصعب القراءة.
- توضيح المضمون باستعمال تصاميم وأشكال تتسم بالبساطة و الملاءمة.
- استعمال (وصلة العودة إلى أعلى) في نهاية الصفحات الطويلة.
- تسمية الروابط / الوصلات حسب المضمون والـ (URL) الخاص بالصفحة.
- تجنب عرض الصور على أنها وصلات. أما إذا كان ذلك ضرورياً، فإن النص البديل يجب أن يصف محتوى الصفحة الموصلة.
- بناء المضمون من خلال صفحات متصلة.
- الصفحات الموصولة يجب أن تكون ثلاثة أو أقل ضمن الموقع. ويجب دائماً أن يعرف الزائرون أين هم على الموقع، وأن يكونوا قادرين على الرجوع إلى نقطة البداية.

- إخراج النص سهلاً للقراءة وذلك من خلال الفقرات القصيرة . العناوين , العناوين الفرعية . وحجم الحرف. وقم بفصل أجزاء النص بواسطة مساحات بيضاء.
- عدم ملء الشاشة بالنص، اي اجعل أجزاء النص تقع في الوسط وأن تكون محاطة بحاشية يسري وحاشية يمنى ومقسمة إلى أعمدة.
- إن أصغر حجم للحروف يجب أن يكون 10 (PC) أو 12(Macitosh).
- استعمال حجم كبير من الحروف في المواقع التي تخاطب الأطفال الصغار وكبار السن.
- تجنب أنواع الحروف ذات الأشكال (الملونة التي تظهر وتختفي) ففي أغلب الأحيان هذه الحروف لا تحقق عرضاً مناسباً, أو أنها تعتبر مزعجة.
- استعمال ملفات الـ (JPG) وذلك للصور الفوتوغرافية. في حين قم باستعمال ملفات (gif) للصور المتحركة.

أساسيات إخراج الموقع الإلكتروني:

أهم الأساسيات التي يجب على مخرج الموقع الالكتروني الانتباه إليها من أجل أن يجعل من الموقع موقعا متميزا وناجحا.

أولا- تجنب كثرة استخدام تأثيرات الجافا:

ونقصد بالتأثيرات المكونات التي تمتلئ بها صفحات الهواة مثل عدادات الزوار، والقوائم المنزلقة (JavaScript scrolling text) والصور المتحركة والصفحات الخالية (تحت الإنشاء) وكذلك تأثيرات الإخفاء عند الانتقال من صفحة لأخرى، فإذا كان المخرج يريد مثلا عدادا للزوار فينبغي عليه أن يجعله مخفيا ، إذا كان الهدف منه هو التحري عن شعبية الموقع بالنسبة له لأن عداد الزوار قد يعطي مفعولا عكسيا سواء كان عدد الزوار كبيرًا أو صغيرًا ، ناهيك عن أن الكثير من الزوار يشككون في نزاهة هذه العدادات.

والمطلوب من المخرج أن يحاول قدر الإمكان أن يستخدم إبداعه الشخصي، فإذا رأى صورة أو تصميما لموقع ما ، فينبغي عليه أن يجعل منه نقطة انطلاق، لا أن

ينسخه كما هو. ومن الجميل جدا أن يحاول عمل ما هو مشابه له إذا كان هذا بمجهوده الشخصي، فهذه هي الطريقة المثلى للتعلم: الممارسة ولكن ليس القص واللصق.

ثانيا- استخدام لغة الهتمل (html):

لعل هذه النقطة هي من أهم النقاط التي يجب مراعاتها عند التفكير في إنشاء صفحة أولى على الشبكة العنكبوتية ألا وهي لغة الهتمل القياسية.

ومن الخطأ محاولة استخدام برامج مثل الورد او الباوربوينت لعمل صفحات انترنت، بل ينبغي استخدام البرامج التي تدعم لغة الهتمل بشكل كامل. والسبب في ذلك أن المتصفح للأنترنت قد يستخدم متصفحات تختلف عن مايكروسوفت إكسبلورر. وصحيح أن هذا المتصفح هو الشهير في عالمنا العربي ولكنه ليس الوحيد. وبالتالي عدم إغفال علامات التنصيص وتركها مفتوحة، فهذا يعطل كفاءتها، ولا يعطي النتائج المرجوة. يعد برنامج الفرونت بيج من أشهر البرامج الداعمة للغة الهتمل، وهو برنامج قوي جدا وذو مميزات كثيرة ولعل من أهم هذه المميزات دعمه للغة العربية.

ثالثا- لا تتوقع من الزوار أن يكونوا أنت:

لتكن صفحتك آمنة التصفح أو كما يعبر عنها باللغة الانجليزية User Friendly لا تحشوها بالكثير من المكونات، والتي تجعل الزائر ينتظر كثيرا حتى يتم تحميل الصفحة أو يجب عليه أن ينزل مكونا مساعدا لمشاهدة صفحتك أو تحشو الصفحة بالكثير من الفلاش والجافا ابليت والاكتيف اكس وغيرها من المكونات. ببساطة شديدة الزائر سوف يغلق صفحتك ولن يزورها مرة أخرى فهل هذا ما تريده. فكر مليا قبل أن تضع أي شيء في الصفحة وخصوصا إذا كانت هي الصفحة الأولى. تحاشى أيضا تحويل الزائر من صفحة لأخرى أو إرشاد الزائر للضغط على رابط معين لرؤية صورة ما أو الانتقال إلى صفحة أخرى حتى يدخل الموقع.

رابعا- وضوح الهدف:

الكثير من مصممي الصفحات يغفلون هذه النقطة فترى صفحاتهم وقد غدت كشكولا يحتوي على جزء من كل شيء. ولعل من أحد الأسباب التي تجعل

الموقع ناجحًا ومتميزا هو وضوح الهدف والتخصص في المحتوى. هكذا يجب أن يكون الموقع متخصصا ذا هدف وذا مضمون وجودة عالية.

وينبغي عدم حشو الموقع بعشرات الروابط غير المفيدة و التي لا تمس للموقع بصلة. يستحسن كتابة نبذة عن الموقع وماذا يقدم الموقع لزواره وما هي الخطوط العريضة للموقع. لا تجعل موقعك نسخة من موقع آخر فالمتصفح قد يرى في هذا نوعا من السرقة الأدبية ويفقد الموقع مصداقيته. تحرى الصدق وصحة المعلومة في ما تكتب. لا تنقل المواضيع بدون ذكر المصدر فهذا قد يسبب لك حرجا إذا اتضح أن ما كتبته غير صحيح او غير دقيق.

خامسا- الزيادة كالنقصان:

لا يعني حين يكون المخرج مبدعا في برامج الرسم والتصميم، أن يحشو الصفحة الإلكترونية بعشرات الصور صحيح أن الصور تعطي لمسة جمالية ولكن ما زاد عن حده انقلب ضده. وعليه ينبغي أن يستخدم الصور بشكل معقول، وبالقددر الذي يؤدي الغرض فقط وتحاشى المغالاة. وينبغي تحاشى استخدام الإطارات المدمجة بكثرة فهي تشكل ثقلا كبيرا على الصفحة وتسبب مشاكل كثيرة في التصفح.

سادسا- التجديد الدائم:

تقديم الجديد بين الفترة والأخرى أمر مهم لجذب القارئ وتسهيل عملية القراءة، ينبغي استخدام المحتوى الحركي Dynamic Content و الأمثال كثيرة في البرامج إخبارية تلك التي تساعد على إنشاء المقالات وتطعيمها بالصور. وتغيير أماكن الأقسام مع الإضافات المستمرة لها مما يعطيها رونقا متجددا تأكد من أن الروابط صحيحة وذلك بفحصها بين الفينة والأخرى قدم لزوارك خدمات مثل البريد الإلكتروني والرسائل والنشرات المفيدة حتى يرتبطوا بالموقع.

سابعا- التصميم والتوزيع:

الموقع الناجح يجب أن يتضمن التالي:

1- التسلسل المنطقي للمعلومات أو الأقسام في الصفحة.

2- يجب أن تكون الصفحة الأولى جذابة المنظر وسريعة التحميل وتعطي انطباعا جميلا من الوهلة الأولى: فهذا هو الإنطباع الأول وقد يكون الأخير بالنسبة للزائر

3- حاول أن تكون الصفحة متناسقة الألوان في الخطوط وحدود الإطارات والجداول. تحاشى استخدام أكثر من 3 ألوان في الموقع ككل.

4- ليكن هناك لمسة موحدة في الصفحة الواحدة يشعر بها المتصفح كالصور في جداول الأقسام وارتباطها مثلا بالعنوان أو الصورة في صدر الصفحة.

5- لتكن ألوان الصفحة والخلفية متجانسة مع الخطوط وعناوين او رؤوس الأقسام وتذكر دوما أن الإنطباع الأول صعب أن ينسى فليكن انطباعا جميلا من البداية.

ثامنا- جودة الصور المستخدمة:

هناك مواقع تتأملها كثيرا من جودة الصور المستخدمة فيها ومدى التناسق الشديد فيها ودقة الخطوط فيها ولكن هل سألت نفسك لماذا؟

الإجابة تكمن في استخدام برامج تصميم الصور المحترفة مثل لفوتوشوب أو الكورال درو فهذه البرامج تعطيك القدرة لخلق صور غاية في الروعة والجمال. ولعل برنامج الفوتوشوب بدأ أيضا يخوض غمار تصميم الصفحات في وجود البرنامج الملحق به الايميج ريدي Image Ready وهو برنامج فعال يقوم بتقطيع الصور وحياكة كود الهتمل وكل ما عليك عمله هو كتابة المحتوى.

إن استخدام مثل هذه البرامج يعطي الموقع تميزا فهو قطعا ليس نسخة من موقع آخر وبه لمسة جمالية وذو ترتيب جميل. وهناك الكثير من المواقع العربية التي تقدم لزوارها دروسا في مثل هذه البرامج. ولكن لا تبتئس إذا كنت لا تعرف استخدام مثل هذه البرامج، فهناك العديد من المواقع العربية والأجنبية التي تقدم لك قوالب جاهزة قابلة للتعديل وبهذا تكون قد قطعت مشوارا طويلا في تصميم موقع أحلامك.

تاسعا- الحجم الكلي للصفحة:

هذه النقطة المهمة يجب أن يتذكرها مصمم الصفحة. ومن المهم أن تكون الصفحة سريعة وخفيفة وأن لا يزيد حجمها عن 30 كيلو بايت. طبعا قد تكون الصفحة الرئيسة صغيرة الحجم ولكنها تحتوي على المحتوى الحركي مثل الأخبار الحيوية أو فهرسة المواقع وما شابه.. وهذا يصب أيضا في حجم الصفحة النهائي. ومن اللازم تحاشي استخدام النصوص الكتابية الكبيرة، وإذا لزم الأمر أفرد لها صفحة خاصة كذلك تحاشي استخدام الجداول بكثرة في الصفحة فهي تضيف عبئا كبيرا على الصفحة أثناء التحميل، وحين يتبع المصمم النتائج المذكورة أعلاه فإنه سيصل إلى نتيجة مرضية.

عوامل التشويش في إخراج المواقع الإلكترونية:

- البراويز، وينبغي القيام باستعمال بديل ليس له إطار.
- الأشكال التي ليس لها فائدة حيث إنها تشد الانتباه بعيداً عن المضمون.
- الأشكال التي تفتقر إلى الأعلى وإلى الأسفل . والتي تبرم . والتي تدور أو التي تتحرك بشكل عام دون أن تكون ذات أهمية من حيث القيام بدور توضيحي للمضمون.
- النص المطول الذي يبدو على الشاشة وكأنه انفلت من لفافة.
- مستعملات ترتيبات برمجة تقوم على أساس الأبيض والأسود وذلك للتأكد من إمكانية وصول ذوي مشكلة عمى الألوان.
- المشاهدة بواسطة بدائل من وسائل التجوال (PC , Macintosh , Linux.. ... الخ)
- المشاهدة بواسطة بدائل من وسائل التجوال (Internet Explorer , Netscape , Opera , Linux).
- المشاهدة بواسطة بدائل من أحجام النص والـ (Windows).

أدوات المخرج الصحفي في الصحافة الإلكترونية:

1- الفضاء (Space):

فقد أصبح المحرر الصحفي يستخدم الفضاء حينما يكتب وليس الورق كما أن ما يكتب أو يقرأ على الكمبيوتر تحده حدود إمكانيات الجهاز و أنواع التطبيقات المتاحة عليه فاستخدام الفضاء الالكتروني في الكتابة ادخل مفهوما جديدا أطلق عليه الفضاء الوهمي Virtual Space.

2- نقاط التقاء (الملتقيات - Nodes):

وتمثل مستودعات المعلومات ويمكن ربطها إلى غيرها وتمثل اصغر جزء من الهيبرتكست وتأخذ شكلين أما برواز مغلق أو صناديق تحتوى على رسالة وأما جزء من رسالة بأسلوب الصناديق الصينية.

3- الوصلات: (Links):

وهى التي تربط نقاط الالتقاء أو تدلنا على وجود نقطة الالتقاء بمعنى وجود علاقة بين النص الذي تقرأه ونقطة الالتقاء التي يمكن الانتقال ا
إليها والإشارة الدالة على وجود وصلة قد تأخذ شكل كلمة أو جمله أو صورة.

4- المشاهدة:

فالهيبرتكست يتيح عدة طرق لرؤية النص منها إمكانية تصغيره أو تكبيرة بطريقة الزوم أو فتح نوافذ داخل النص وتكبيرها وتصغيرها.

5- الألوان:

فقد كانت الألوان تضاف إلى النص المكتوب كعنصر تيبوغرافى أثناء الطباعة أما الآن فيمكن للمحرر الصحفي استخدام الألوان ينشئ ترابط بين أجزاء النص باللون نفسه.

6- الصوت Sounds:

أتاح الهيبرتكست للمحرر الصحفي استخدام الصوت كجزء من النص فالنص المكتوب لم يعد مرئيا فقط بل مسموعا أيضا سواء بإضافة فقرة من خطاب رسمي أو مؤثرات صوتية أو أصوات مدمجة.

7- الرسوم Graphics:

لقد كانت الرسوم دائما جزءا من النص المكتوب رغم تكلفتها المرتفعة في عمليه الطباعة مما حد من استخدامها بكثرة أما في الكتابة الإلكترونية فقد أصبح من الممكن استخدام الرسوم كجزء من النص.

8- الأيقونات Icons:

لجأ المحرر في الكتابة الإلكترونية إلى استخدام الأيقونات كرموز تدل على ما خلفها من مضمون مما أنشأ ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها والتي يسهل تمييزها بعضها عن بعض.

9- الرسوم المتحركة ومشاهد الأفلام Animations:

فقد أصبح بإمكان المحرر أن يستخدم عناصر من الرسوم المتحركة ومشاهد الأفلام لتعبير عن الحدث الذي يتعرض له.

10- قيم النص Text Norms:

لقد ظهرت إمكانات جديدة للتعبير وقواعد جديدة للكتابة بدخول التكنولوجيا على الكتابة و القراءة الإلكترونية لذا ظهرت أهمية معرفة كيف يتعامل ويتجاوب القارئ مع النص ونظرا لحداثة الكتابة الالكترونية فقد يجد البعض من القراء صعوبة في معرفة كيفية إلقاء نظرة عامة عليه ثم كيفية الوصول إلى أجزاء النص التي تهمهم والخروج منها.

الوسائل الفائقة المساعدة في عملية إخراج الصحافة الالكترونية:

[1]- النصوص الفائق: Hypertexts

وهو أبسط أشكال عناصر الوسائل الفائقة، حيث يتم معالجة النص بمواصفات معينة حتى يتحقق الهدف التعليمي المطلوب وقد يؤدى هذا النص إلى نصوص أو رسوم أو أصوات، وذلك عن طريق العقد والروابط بين النص وباقي العناصر الأخرى.

وهناك عوامل هامه يجب مراعاتها في النص الفائق منها:

- يجب أن تتمتع النصوص بالقبول، وهى قدرة القارئ على أن يستخلص من النص ما يريده، وتقاس القابلية بسرعة قراءة النص، وبذلك يجب أن يصمم النص بطريقة تساعد المتعلم على استخلاص الهدف الرئيس مما هو مكتوب بسهوله وسرعه.
- يجب أن تتميز النصوص الفائقة بالإنقرائيه وهى قدرة المتعلم على تفسير العلاقات بين الجمل والنصوص وسهوله فهمها واستيعابها واستدعاءها بسهوله، وتقاس بمقدار السهولة وراحة العين عبر فترة من القراءة المستمرة، وبذلك تنبغي أن تكون عبارات النص واضحة تساعد المتعلم على فهم ما وراء هذه النصوص بسهوله.
- يجب أن تحتوي الشاشة على قدر قليل من النص، حيث أن السطور الأقل تتطلب حركة أقل للعين في القراءة.
- تجنب الخطوط غير المألوفة والمزخرفة حتى يسهل قراءتها بسرعة.
- زيادة قيمة التباين اللوني بين النص والخلفية قدر الإمكان.
- اختيار نوع الخط المناسب الذي يساعد على توصيل الرسالة أو يوحى بمحتوى هذه الرسالة كلما أمكن ذلك.
- مراعاة تثبيت حجم الخطوط لكل من العناوين الرئيسة والفرعية والنص ذاته، مع مراعاة تثبيت ألوان هذه النصوص والعناوين أيضا.
- تمييز النص الفائق بعمل تلميحات بلون مخالف أو بوضع خط تحت الكلمة أو النص الفائق مع مراعاة تثبيت ذلك التلميح طوال فترة عرض البرنامج.
- ضبط المسافات بين السطور ومحاذاتها حتى تكون في شكل منسق ومقبول.
- استخدام الألوان المناسبة وحجم الخط المناسب للنصوص والتي تناسب المرحلة العمرية التي صمم لها البرنامج.

[2]- الصور الفائقة: Hyper pictures

تعد الصورة من العناصر المهمة التي تؤدي دور مهم في برمجيات الوسائل الفائقة حيث أنها تنقل مضمون الرسالة إلى المتعلمين بسهوله ويسر مما جعلها في

دائرة اهتمام مطوري البرمجيات التعليمية، فتم تطويرها حتى أصبحت صور فائقة، وذلك بتطبيق ما يحدث في النصوص الفائقة من تجزئة للمعلومات والربط بينها عن طريق العقد والوصلات، حيث يمكن التفرع من خلال أي صورة إلى صورة أخرى تعطى توضيح أكثر عن مضمون الصورة الأولى أو تضيف معلومة جديدة لها، أو يتم الدخول في تفاصيل أكثر لجزء صغير جداً من الصورة الأولى فيتم عرضها تفصيلياً وبحجم مكبر. وتتعدد طرق الحصول على الصور الثابتة وطرق معالجتها مما يؤثر على مدى مطابقة الصورة للواقع ومصداقيتها، ومن هذه المصادر:

- المسح الضوئي للصور من مصادرها الورقية Scan.
- إنزال الصور عبر شبكة الانترنت.
- استخدام الكاميرا الرقمية Digital Camera والتي تنقل الصورة للكمبيوتر.
- الصور المعالجة من خلال أحدى برامج معالجة الصور مثل برنامج Adobe Photoshop.
- الصور المخزنة على الأقراص المرنة والأسطوانات المدمجة CDs

كما توجد مجموعة من العوامل والمعايير يجب مراعاتها في الصور الفائقة:

- الدقة العلمية لمحتوي الصورة.
- وضوح الصورة، وأن تكون ذات حجم مناسب لمساحة العرض.
- مصداقية الصورة في نقل الواقع.
- عدم التحريف والتزييف في أبعاد الصورة فتصبح مشوهه.
- عدم تعارض ألوان الصورة وتضاربها حتى لا تشتت المتعلم وتحول انتباهه خارج موضوع الدراسة ومحور الموقف التعليمي.
- أن تكون الصورة بسيطة وغير مزخرفه بأشكال زائدة بقدر الإمكان.
- وضع بعض التلميحات على الصورة المختارة لكي تكون صورة فائقة مع تثبيت هذه التلميحات طوال فترة عرض البرنامج.

- أن ترتبط الصورة بصورة أخرى أو بمعلومات أخرى توضح معنى الصورة الأولى أو تضيف معنى إليها وليس الانتقال إلى موضوع أخر منفصل عن مضمون الصورة الأولى.
- أما بالنسبة للرسوم والخرائط وكافة أنواع الرسوم التعليمية فهي تعالج بنفس طريقة الصور لتصبح فائقة وينطبق عليها ما تقدم من خصائص ومعايير ومتطلبات الصور الفائقة.

3]- الصوت: Sound

الصوت أحد العناصر الأساسية في برامج الوسائل الفائقة، وهو من أكثر مكونات الوسائل الفائقة استخداما بعد النصوص والصور، حيث أنه عنصر ذو طبيعة خاصة فنجد المتعلم يلحظ وجودة أو عدم وجودة في البرنامج بسرعة وسهوله، مما يوثر على مدى إقبال المتعلم على متابعة البرنامج، كما أن طبيعة الصوت ونوعه وجودته توثر أيضا على تألف المتعلم مع البرنامج أو النفور منه، ولأهمية هذا العنصر في البرمجية التعليمية قد تم تطويره، حيث يتم الربط بين مجموعة من العقد التي تحتوى على مجموعة من الأصوات أو تعليق صوتي في موضوع معين أو مجموعة من المؤثرات الصوتية وتكون هذه المقطوعات منظمة بطريقة معينة لمزيد من التوضيح لفكرة محددة لتحقيق الأهداف المطلوبة، ويمكن الإبحار بين هذه العقد بنفس طريقة الإبحار في النصوص والصور الفائقة. وينقسم الصوت إلى نوعين:

أ- التعليق الصوتي:

وهو الصوت المصاحب لعرض البرامج أو جزء منه على شاشة الكمبيوتر، أو إعطاء توجيهات وإرشادات للمستخدم أو شرح لبعض المعلومات ويكون بصوت إنسان وبلغة واضحة. ويجب مراعاة ما يلي في التعليق الصوتي:

- أن يكون الصوت مناسب لموضوع العرض ومعبر عنه.
- أن يكون مناسب للمرحلة العمرية لمستخدمي البرنامج.
- أن تكون مخارج الألفاظ واضحة.
- عدم السرعة في القراءة مما يؤدى إلى عدم فهم ما يقال أو البطء فيؤدى إلى الملل.

- لا يفضل استخدام صدي الصوت Echo في البرمجيات التعليمية.
- التنوع في الأداء الصوتي وتناغم الصوت وفقا للفقرات والجمل مع مراعاة علامات الوقف وبدء الجمل والفقرات الجديدة.

ب - الموسيقي والمؤثرات الصوتية:

وهى أصوات موسيقية تصاحب المثيرات البصرية التي تظهر على شاشة العرض وتشمل الأصوات الطبيعية والصناعية والموسيقي، ويقصد بالمؤثرات الصوتية، أي صوت يصدره الجهاز لمحاكاة صوت أخر واقعي يحدث في الطبيعة مصاحب لفعل معين، كأصوات الرياح والأمطار ونبضات القلب وغيرها من المثيرات، ويمكن استخدامها في التعزيز والانتقال من شاشة إلى أخرى أو عند الضغط على مفتاح معين.

ومن المعايير المرتبطة بالمؤثرات الصوتية ما يلي:

- يجب أن تحاكي هذه المؤثرات الواقع بقدر الإمكان.
- يفضل ظهورها واختفاءها تدريجياً إذا كانت خلفية موسيقية أما إذا كانت تستخدم كتعزيز وخاصةً في التعزيز السلبي فيفضل أن تظهر فجاءه.
- يجب أن تعبر المؤثرات الصوتية أو الخلفية الموسيقية عن الموضوع.
- يراعا أن تكون الموسيقي غير معروفه كموسيقية أحدى البرامج التليفزيونية أو أحدى الأعمال الدرامية مثلاً.

[4]- الفيديو الفائق: Hyper video

وتظهر في صورة لقطات فيلميه متحركة سجلت بطريقة رقميه، ويعتبر الفيديو أحدى العناصر الهامة في عروض تكنولوجيا الوسائل الفائقة، والتي تعطي للمتعلم متعة في المشاهدة، كما يمكن من خلالها نقل الرسالة العلمية بدقة بما تشتمل علية من خبرات ومهارات وذلك بطريقة فعاله تحاكى الواقع. ويصبح الفيديو عنصر فائق عندما يتم التزامن والربط بين تتابعات الفيديو، لتظهر على نفس الشاشة أو على مرات متتالية، لعرض خطوات محددة، أو للتعمق أكثر في تفاصيل فكرة معينه، وتكون منظمة في قطاعات يربط بينها وصلات حتى يمكن الإبحار بينها كسائر عناصر الوسائل الفائقة.

ومن المعايير والمتطلبات الخاصة بالفيديو الفائق ما يلي:

- التنوع بين استخدام اللقطات القريبة والبعيدة والمتوسطة.
- لابد من تزامن الصوت مع المقاطع المعروضة.
- يجب التأكد من خلو اللقطة التعليمية من حركات أو إشارات عشوائية لا حاجه لها تعليمياً.
- أن تكون ذات محتوى علمي صادق ومعبر عن الواقع.
- تجنب اللقطات المأخوذة من منظور غير مألوف.
- أن تكون مساحة عرض مقاطع الفيديو ثابتة وفي موقع ثابت من شاشة العرض.
- يراعي وضوح الصورة وضبط شدة إضاءتها.

وبالنسبة للرسومات المتحركة فيتم معالجتها بنفس الطريقة لكي تصبح فائقة أيضا ، وبذلك نجد أن أي عنصر من عناصر الوسائل المتعددة يمكن أن يصبح فائقاً من خلال العقد والروابط والوصلات التي تميز الوسائل الفائقة.

المصادر والمراجع

1. محمود علم الدين (1989). الإخراج الصحفي. القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ص 9.
2. أحمد حسين الصاوي (د. ت). طباعة الصحف وإخراجها، القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر، ص 15- 16.
3. عبد العزيز الصويعي (1984). فن صناعة الصحافة، ماضيه وحاضره ومستقبله، الطبعة الأولى، طرابلس: المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، ص 102- 103.
4. أحمد حسين الصاوي (1965). طباعة الصحف وإخراجها. القاهرة، الدار القومية للطباعة والنشر، ص16.
5. إبراهيم إمام (1977). فن الإخراج الصحفي. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ص:ج
6. علي نجادات (2000). الإخراج الصحفي: اتجاهاته ومبادئه، والعوامل المؤثرة فيه. الأردن، مؤسسة حماد للدراسات الجامعية للنشر والتوزيع، ص24.
7. Daryl R. Moen (1989). Newspaper Layout & Design. Ames. Lowa state University p. 247.
8. Edmund Arnold (1981). Designing The Total Newspaper. New York: Harper & Row Publishers. P. 23.
9. محمد خليل الرفاعي (2000). استخدام تكنولوجيا الحاسبات الآلية في الصحافة العربية، دراسة تطبيقية على المؤسسات الصحفية المصرية والسورية خلال التسعينات(رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ص126.
10. فهد بن عبد العزيز بدر العسكر (1998). الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية، واتجاهاته الحديثة، الطبعة الأولى، الرياض: مكتبة العبيكان، ص15-16.

11. انظر في ذلك :

- محمود علم الدين: الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص11.
- محمود علم الدين (2000). الصحافة في عصر المعلومات. الأساسيات والمستحدثات، الطبعة الأولى، القاهرة، مطابع الأهرام، ص181.

12. إبراهيم إمام (1977). فن الإخراج الصحفي. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ص5.
13. أحمد حسين الصاوي (1977). أسس الإخراج الصحفي. محاضرات غير منشورة، الاتحاد العام للصحفيين العرب، المعهد القومي، الدورة التدريبية السادسة، القاهرة،ص22.
14. إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص5.
15. محمود علم الدين (1988). فنية الإخراج الصحفي. مجلة الوحدة، العدد الأول، يناير 1988، مركز الوحدة للإعلام والتعليم والتدريب، وزارة الثقافة والإعلام، الخرطوم، ص76-77.
16. محمود علم الدين (1984). مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية. رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة كلية الإعلام، جامعة القاهرة،ص342 -343.
17. إبراهيم إمام، مرجع سابق،ص(ب).
18. محمود علم الدين، فنية الإخراج الصحفي، مرجع سابق ،ص76 - 77 .
19. محمود علم الدين، مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية، مرجع سابق، ص243.
20. محمود علم الدين، مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية، مرجع سابق، ص244.
21. John , Londeran: "New Communication technology and the Newspaper production " Rochester Macmillan press, Ames ,1985. p. 122.

22. Crump Spencer: " Fundamentals of Journalism " Mc grow Hill Book Company , New York 1974,p. p 29 – 31.

23. انظر في ذلك كلاً:

1- فؤاد أحمد سليم (1994). مذكرات في الإخراج الصحفي. مذكرات غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 5 – 7.

2- تيسير أبو عرجه (1986). إخراج الصحف والمجلات. الطبعة الأولى، دبي: دار القلم، ص18.

3- علي نجادات: المرجع السابق، ص. 37 - 39

24. المرجع السابق، فؤاد أحمد سليم، ص 7.

25. إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص257 -272.

26. .Lucas & Britt (1950). Advertising psychology p. 306.

27. Donald G. Paterson & Miles. A. Tanker ,How to Make Type Readable.

28. أشرف محمود صالح (1988). إخراج الصحف العربية الصادرة بالإنجليزية، القاهرة، الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع، ص47.

29. محمود علم الدين، الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص 10.

30. المرجع السابق، ص 10.

31. أشرف محمود صالح (1983). دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، وأثر الطباعة الملساء في تطوير الإخراج الصحفي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

32. راضي حكيم :فلسفة الفن عند سوزان لانجر –دار الشؤون الثقافية –ط–1 العراق – بغداد – 1986 – ص 12.

33. النوري، قيس1986)) ما الانثربولوجيا – الموسوعة الصغيرة –175– دار الشؤون الثقافية – العراق – بغداد، ص 88.

34. طلعت همام عثمان :مائة سؤال في الإخراج الصحفي – دار الفرقان للنشر والتوزيع – عمان – ١٩٨٤ – ص 57.

35. عبد الحافظ سلامة (2001):تصميم الوسائل التعليمية – دار اليازوري العلمية – عمان – ط1 ، 128.

36. بل، كلايف (2002). الفن. النهضة العربية للطباعة، لبنان، بيروت،ص 24-23.

37. Martin ,Heidegger:(1977). the origin of the work of art – Harper & row publisher – u. s. a- New York - 1977- p121.

38. Significant form Hollis, Richard;- Graphic Design – Thames & Hudson World of Art- 2nd-ed –London-2001-P18.

39. رمزي، العربي(2005). التصميم الجرافيكي. منشورات دار اليوسف – لبنان – بيروت، ص 51.

40. بل، كلايف، الفن، مصدر سابق، ص10.

41. Martin, Heidegger:- Question Concerning Technology – William Lovett Harper &Row Publishers- USA-P73.

42. العربي، رمزي: التصميم الجرافيكي. مرجع سابق، ص87.

43. Scrubber, Emily (2000): Designing Brands – Pock Part Publishers Inc – 1st – ed USA.

44. مشيللي، جوزيف. (1983) التكوين في الصورة السينمائي ترجمة:هاشم النحاس – الهيئة المصرية العامة للكتاب – القاهرة، ص. 139

45. Libby ,William Charles: Color & Structural Seneca – Prentice Hil –Inc _New Jarsy _USA-1974-P104

46. المرجع السابق نفسه، ص105.

47. السعيدي، لمى اسعد عبد الرزاق: التنظيمات الشكلية في تصاميم البطاقات الإعلانية لمنتجات وزارة الصناعة والمعادن رسالة ماجستير غير منشورة – كلية الفنون الجميلة– جامعة بغداد – 2003.

48. Richard ,Hollis: Graphic Design –Thames &Hudson Word of Art –London-2001-P55.

49. الوحشي، كمال عبد الباسط (د. ت). أسس الإخراج الصحفي، ص 354.

العربي، رمزي: التصميم الكرافيكي – مصدر سابق، ص 113.

50. عادل خليل (2007). محاضرة لمادة الإخراج الصحفي ألقيت على طلبة المرحلة الرابعة _ كلية الإعلام قسم الصحافة للعام الدراسي2008 .

51. FRANK. RUCKER & BERTSTAL: TENTED NEWS PAPER-PROMTION LAWA STATE UNIVER SITY PRESS- P222.

52. الوحشي، كمال عبد الباسط: مصدر سابق، ص 372- 373.

53. مرجع سابق: FRANK. RUCKER BERTSTAL

54. الجبوري، عبد الكريم راضي: العلاقات العامة فن وابداع – دار التيسير –البحار – لبنان – بيروت – 2002– ط ١ – ص 175.

55. .Lasky, Julie & Lippy, toed – Print Case Books – 10 The Best in Cover & Posters – Rc – Publications , Inc – United States – 1st – ed – 1994- p16 .

56. السعيدي، هدى فاضل (2002). الأسس الفنية والوظيفية لعلامات الدلالة المطبوعة في العراق (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد – ،ص82.

57. الوحشي :كمال عبد الباسط: أسس الإخراج الصحفي. مصدر سابق، ص197.

58. النجار، سعيد غريب (2001). مدخل إلى الإخراج الصحفي. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، ص20.

59. عادل خليل: مصدر سابق.

60. Lori Siebert & Mary Cropper: Graphic Design Basics: Working With Words & Pictures (Cincinnati, Ohio: North Light Books) 1993 p3.

61. سمير صبحي (1974). صحيفة تحت الطبع. القاهرة دار المعارف، ص184.

62. Hutt. Allen: Newspaper Design (London: Oxford University Press , 1971. P54. t

63. فؤاد أحمد سليم (1981). العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص39.

64. أشرف محمود صالح (د. ت). دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، وأثر الطباعة الملساء في تطوير الإخراج الصحفي، ص214.

65. صلاح قبضايا (د. ت). تحرير وإخراج الصحف. القاهرة: المكتب المصري الحديث، ص220-221.

66. فؤاد أحمد سليم، مرجع سابق، ص59.

67. سعيد الغريب النجار (2001). مدخل إلى الإخراج الصحفي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص19 -26.

68. Arthur Turnbull & Russell Baird, The graphic of communication , New York: Rinehart & Winston 4th. ed. , 1980 p. 67.

69. أشرف صالح (1986). تصميم المطبوعات الإعلامية، القاهرة: الطباعي العربي للنشر والتوزيع، ص 23-24.

70. سعيد الغريب النجار، المرجع السابق، ص122.

71. أشرف صالح (1983). دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء وأثر الطباعة الملساء في تطوير الإخراج الصحفي، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية العلوم، ص216.

72. أشرف صالح (1986). تصميم المطبوعات الإعلامية. القاهرة: الطباعي العربي للنشر والتوزيع، ص200.

73. أشرف صالح، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص216.

74. المرجع السابق، ص45.

75. Arthur Turnbull، مرجع سابق، ص69-70 .

76. سعيد النجار، المرجع السابق، ص28 – 32.

77. إبراهيم إمام (1977). فن الإخراج الصحفي. القاهرة: مكتبة لأنجلو المصرية، ص 265 266.

78. أشرف صالح(1987). إخراج الأهرام الدولي. القاهرة: الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع، ص138.

79. Floyed Baskette & Other (1986). The Art of Editing ,New York Mac- Millan Publishing Company , p. 313 – 314.

80. فؤاد سليم (1981). العناصر التيبوغرافية في الصحف المصرية. رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية العلوم، ص132.

81. . Edmund Arnold (1982). Designing the Total Newspaper , New York: Harper & Row. publishing. ,. p. 209.

82. أشرف صالح، الطباعة وتيبوغرافية الصحف. مرجع سابق، ص. 169-171

83. Edmund Arnold,Modern,op. ,p. 71.

84. Floyed Baskette ,op. cit. , p. 313- 314.

85. إجلال خليفة (1981). اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي. الطبعة الثانية، القاهرة: المكتبة لأنجلو المصرية، ص85-86.

86. أشرف صالح (1987). إخراج الصحف السعودية. القاهرة: الطباعي العربي للنشر والتوزيع، ص83

87. Floyed Baskette, op. cit. , p. 313-314.

88. Edmund Arnold , Modern. P. 72.

89. Gerald Silver (1981). Graphic Layout & Design (New York: Delmar. publisher. Inc. , p. 117- 118.

90. Gerald Silver ,op. Cit. , p. 118.

91. Floyed Baskette. op, Cit. , p. 313- 314.

92. سعيد الغريب النجار (2001). مرجع سابق، ص 50 – 55.

93. إبراهيم إمام ' فن الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص 264.

94. . Floyed Baskette. op, Cit. , p. 345- 346.

95. فؤاد سليم، العناصر التيبوغرافية، مرجع سابق، ص69 - 71.

96. المرجع السابق نفسه، ص73.

97. أشرف محمود صالح، مرجع سابق، ص230.

98. أحمد حسين الصاوي (د. ت). طباعة الصحافة وإخراجها. القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر، ص195.

99. المرجع السابق، ص195.

100. أشرف محمود صالح (د. ت). دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، وأثر الطباعة الملساء في تطوير الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص244.

101. المرجع السابق، ص247.

102. أحمد حسين الصاوي، مرجع سابق، ص197.

103. أحمد علم الدين (1988). (دراسة تجريبية للإرجنومية التيبوغرافية للصحف اليومية المصرية بهدف رفع كفاءتها من حيث هي وسيلة اتصال مطبوعة مع التطبيق على الأهرام)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية بجامعة حلوان، القاهرة، ص23.

104. Edmund C. Arnold Newspaper Design (New York: Harper & Row Pup, 1989. p36.

105. Ibid. ,p37.

106. Edmund C. Arnold, OP. CIT. P 37.

107. Lori Siebert & Mary Cropper: OP. CIT. , P4.

108. Ibid. ,P9.

109. Ibid. ,4.

110. فؤاد أحمد سليم، مرجع سابق، ص82-83.

111. أشرف محمود صالح (1984). الطباعة وتيبوغرافية الصحف. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص187.

112. شريف درويش مصطفى اللبان، مرجع سابق، ص 288 -292.

113. أحمد حسين الصاوي (د. ت). طباعة الصحف وإخراجها، مرجع سابق،ص139-140.

114. أحمد حسين الصاوي، المرجع السابق، 155- 156.

115. فؤاد سليم، العناصر التيبوغرافية، مرجع سابق، ص111.

116. Floyed Baskette. op. cit. , p. 269 .

117. .Floyed Baskette. Op. cit. , p. 269- 270 .

118. آمال سعد المتولي (2006). الإخراج الصحفي وتطبيقاته في الصحافة المدرسية، القاهرة، دار مكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، الطبعة السادسة، ص64.

119. أسامة عبد الرحيم (2003). العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الأزهر: قسم الصحافة والإعلام.

120. أشرف صالح (1989). إخراج الصحف العربية الصادرة بالإنجليزية، القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص241.

121. أشرف صالح (1998). المعجم المصور للفنون الطباعية، القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص161.

122. هيثم فتح الله عزيزه (1992). الصورة الصحفية. بغداد: دار الكتب والوثائق، ص33.

123. شاكر عبد الحميد (2005). عصر الصورة الإيجابيات والسلبيات، مجلة عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير، ص17 -18.

124. أشرف صالح (2004). تصميم المطبوعات الإعلامية، القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع،ص41 - 42.

125. رائد محمد إبراهيم (1989). إخراج الصفحة الأخيرة في الصحف المصرية اليومية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص153.

126. أشرف محمود صالح (1983). دراسة مقارنة بين الصحف البارزة والملساء وأثر الطباعة الملساء في تطوير الإخراج الصحفي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص342.

127. (10). Mario Garcia: Contemporary Newspaper Design ,3rd ed. , (New jersey: Prentice Hall (1993) p,133.

128. أحمد حسين الصاوي، مرجع سابق، ص170.

129. أشرف محمود صالح، دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، مرجع سابق، ص343.

130. (15). Mario Garcia: OP. Cit. , P. 131.

131. سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار (1991). إخراج الصحف الحزبية في مصر: دراسة تطبيقية على العناصر التيبوغرافية في صحف (مايو، والوفد، والأهالي، ، في الفترة، من 1982 – 1988م، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص356.

132. أحمد حسين الصاوي، مرجع سابق، ص167–168.

133. سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص393.

134. فؤاد أحمد سليم، مرجع سابق، ص237–238.

135. أشرف محمود صالح: دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، مرجع سابق، 370.

136. سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، مرجع سابق: ص411.

137. أشرف محمود صالح، دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، مرجع سابق، ص380-385.

138. سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، مرجع سابق: ص418.

139.. Steven E. Ames: Elements of Newspaper Design (New York: Praeger,1989. p. 258 - 264

140. سمير صبحي، مرجع سابق، ص88.

141. محمد نبهان سويلم (1985). التصوير الإعلامي. القاهرة، دار المعارف، ص44 -47.

142. سمير صبحي، مرجع سابق، ص88.

143. محمد نبهان سويلم، التصوير الإعلامي. مرجع سابق، ص44-47.

144. محمود أدهم: الصورة الصحفية وسيلة اتصال: (القاهرة: الدار البيضاء للطباعة والصحافة والنشر والتوزيع (1987). ص138.

145. سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص359.

146. أشرف محمود صالح: " إخراج الصحف السعودية، دراسة لعينة من الجرائد السعودية اليومية (1984-1986 م)، القاهرة: الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع، ص97-98.

147. Mario Garcia: Op. Cit. , p. 133.

148. سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، مرجع سابق، ص359.

149. أشرف محمود صالح: " دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، مرجع سابق، ص342.

150. أحمد حسين الصاوي، مرجع سابق، ص174 -175.

151. محمود علم الدين (1981). الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص78.

152. محمد نبهان سويلم، مرجع سابق، ص56-57.

153. محمود علم الدين، مرجع سابق،ص78-79.

154. أشرف محمود صالح: دراسة مقارنة بين الطباعة البارزة والملساء، ودور الطباعة الملساء في تطوير الإخراج الصحفي، مرجع سابق، ص414.

155. Floyd K. Baskett and other: The Art of Editing , 4th ed. , (New York: Macmillan Publishing Co. , 1986. P 24.

156. محمود نبهان سويلم، مرجع سابق، ص56 – 57.

157. محمود أدهم (د. ت). الصورة الصحفية: دراسة في المصادر والمؤثرات، دراسات في الصحافة المصورة، القاهرة: بدون ناشر، ص158.

158. Lori Siebert & Mary cropper; 0p. cit. , p. 14 -15.

159. مصطفى رجب (1989). الإعلام التربوي في مصر، واقعه ومشكلاته، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص49.

160. Thom Lied. Editing for clear communication op. cit. p 315.

161. Flayed Basket, et. Al. " The Art of Editing " New York: Mc Grow Hill beak (1973) p 223.

162. شريف اللبان (2001). تكنولوجيا النشر الصحفي. الاتجاهات الحديثة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص60.

163. محمود فضيل الحديري (2006). فن الإخراج الصحفي. اتجاهات حديثة في النظرية والتطبيق. جامعة القاهرة، كلية العلوم، ص. 126 – 127

164. محمود عبد الحميد، السيد البهنسي (2004). تأثيرات الصورة الصحفية، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، ص31 -32.

165. Amin, Hussein " Assessment of Gulf Grisis photojournalism coverage in Ray E – weisenborn. Media inthidest of war: the Gulf war from Cairo to the Global village. Cairo the Adham Center for television Journalism (1992) p. p. 71 – 79.

166. شريف درويش. (د. ت). الألوان في الصحافة المصرية. القاهرة:العربي للنشر والتوزيع، ص161.

167. Delouth. Tara. Et al Gender and ethinicrole portrayals photographic images in three California Newspaper , psychology ports vol 176 April (1995) p. p. 493 – 494.

168. كونر، م. (1992). المدخل إلى علم النفس المرضي الإكلينيكي، ترجمة عبد الغفار عبد الحكيم وآخرون، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

169. محمود فضل الحديري، مرجع سابق، ص. 137 – 138

170. شريف درويش اللبان (1994). الطباعة الملونة مشكلاتها وتطبيقاتها في الصحافة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ص198.

171. شاكر عبد الحميد (2005). عصر الصورة. مجلة عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص153.

172. شاكر عبد الحميد، المرجع السابق، ص155.

173. شاكر عبد الحميد، المرجع السابق، ص16 –17.

174. نصر لعياضي(2006). الصورة في وسائل الإعلام العربية، الإذاعات العربية، العدد ، ص74 – 83.

175. حسن حنفي (2003). عالم الأشياء أم عالم الصور. فصول، مجلة النقد الأدبي، العدد 62.

176. شاكر عبد الحميد، مرجع سابق.

177. Laster, p. m. , Visual communication Image with Image , Washington publishing company ,2006.

178.. نصر لعياضي (2006) المرجع السابق.

179.. أديب خضور (2003). أزمة إعلام أم أزمة أنظمة. دمشق، المكتبة الإعلامية.

180. Shark, Ethical. (2007). Dilemmas regarding photo editing and manipulation in the print media.

181. السيد مصطفى (2003). التصوير الفوتوغرافي. جامعة الشارقة.

182. Sharia Fahmy and c. Zoë smith, photographers Note Digitals Advantage , Newspaper Research Journal , vol. 24. no. 2,spring 2003,p. 82- 93.

183. Goetze, E. (1998). February 5): Making web Text Easy on the Eye" Avatar Magazine available on line (URL).

184. Lauren F. V. & e. al (1999). " Discriminability Measures to Predicting " presented at the 1999.

185. Poc: A. Abumada, (1999). " Text Readability on Textured Background ".

186. Wrl's web design standard (2002). Page and site design: Legibility.

187. Lynch & Horton (2003). Web style Guide: Legibility.

188. Joe Burns (2002). Basic HTML. Primer. 3 Manipulating Text ,Available On Line.

189. Lynch & Horton (2002). Web style Guide: Line eight" available On Line.

190. Desktop publishing (2002). " How to choose and Ideal Line Length for Text.

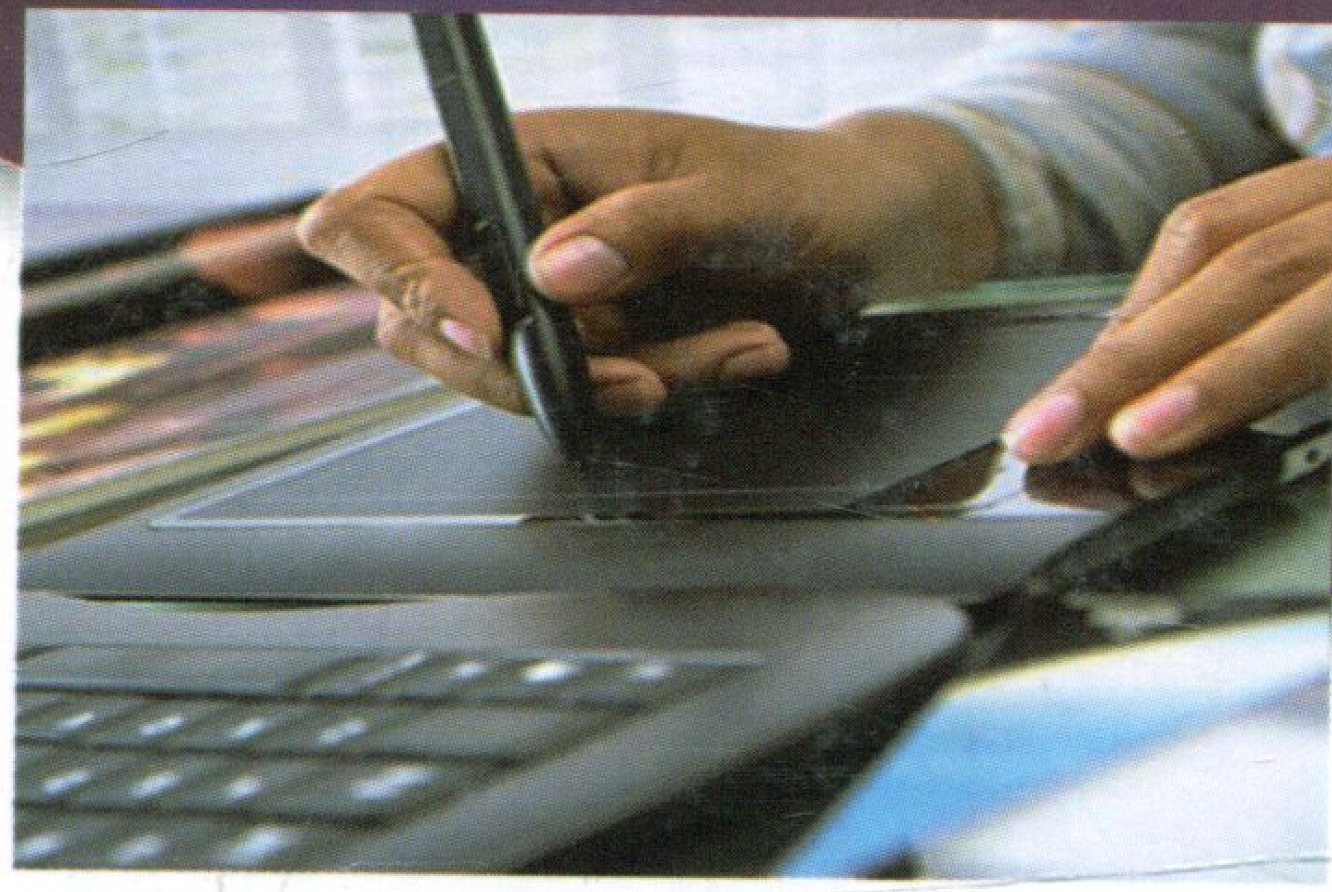
191. Desktop publishing (2002). " How to choose and ideal Line Length for Text.

192. Goetze ,E. (1998). February 5) " Making web Text Easy on the Eyes " (URL).

193. John Cook (1997). The say Guide to web Design: Readability (UBL).

194. Ameritech Crop (1996). Information Display: available online (URL).
195. Ameritech Crop (1996). " Ameritech web Page User Interface and design.
196. Rop Sagent, Matt Faster & Rich Doty (1999). Adobe standard Help: adobe Image ready Tm 2,0 Tryout ,Adobe system Incorporated.
197. Graphic Designs; INC (2002). Using Gifs and JPECs in web site design available.
198. ديفيد اليدر بروك، ديفيد كارليز ص. ص 248 -249.
199. Bernard Benichou (2001). Rules forward Image ,available online (URL).
200. Cantoni Lorenz & Pauline Paulo (2002). Hypermedia analysis: some in sights p. p 33 -53.
201. Tim Gunay April (1995). Op. cit. , (HTML).
202. Annear Bach (2002). Hypertext Versus Knowledge management " How Human mind works.
203. Katie Blakstad – Cook , op. cit. , p. 10.
204. George p. Landow (1999). The Definition of Hypertext and its History as concept available online.
205. Charles (1994). What is Hypertext available online (URL).
206. Jacob Nielson Alert box (1997). Be Succinct (writing of the web available online (URL).
207. Mindy Mc Adams & Stephanie Berger (2002). Hypertext Components defined JEF the journal of Electric.
208. Mindy Mc Adams & Stephanie Berger (2002). Hypertext The Reader's Experience, JEF.
209. Mindy Mc Adams & Stephanie Berger مرجع سابق.
210. Dyson Peter Pocket dictionary (1998) the pc User's essential accessible, Sanfrancisco: sybex computer books. p. 15.
211. Brain w. Rich (2000). The Saturday Scientists: Experience waiting with simple Animation.

212. Jupiter media Corporations (2003). Animation available online (URL).
213. Carto net (2002). Comparing SWF (Shock wave Flash) and SVG (Scalable vector Graphic File Format Specification available online (URL).
214. شبكة المصممون العرب (2002). الإنترنت والتصميم.
215. Nielson Jacob (1995). Guidelines for multimedia on the web , available online (URL).
216. Color theory (2002). Available online (URL).



فن الإخراج الصحفي

دار أسامة
للنشر والتوزيع
الأردن - عمان
هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net

ISBN: 978-9957-22-609-1

نبلاء
ناشرون وموزعون
الأردن - عمان - العبدلي
تليفاكس: 0096265664085